seria TATĂ BOGAT

ROBERT T. KIYOSAKI
Sharon L. Lechter, autorii Tatăl bogat, tatăl sărac

SCOALA DE AFACERI

Pentru oamenii cărora le place să îi ajute pe alții

Seria
TATĂ BOGAT

ROBERT T. KIYOSAKI s-a născut și a crescut în Hawaii. Provine dintr-o remarcabilă familie de profesori; tatăl său a condus Departamentul de Educație al Statului Hawaii. După terminarea liceului, și-a continuat studiile la New York. Absolvind facultatea, a intrat în Marina Americană și a luptat în Vietnam, ca ofițer și pilot de elicopter.
În 1977, a înființat o companie ce a scos pe piață primul portofel din nailon pentru surferi, care în scurtă vreme a devenit un produs de mare succes. Creațiile sale au apărut în *Runner's World*, *Gentleman's Quarterly*, *Success Magazine*, *Newsweek* și chiar în *Playboy*.
La 47 de ani s-a pensionat, dar se ocupă în continuare de investiții, în special în domeniul imobiliar.
În 1995, a devenit cofondator al unei organizații internaționale cu profil educațional, care funcționează în șapte țări și care și-a propus inițierea cursanților în arta afacerilor și a investițiilor. În calitate de specialist în educație, a vorbit de la cele mai importante tribune, la fel ca și Og Mandino, Zig Ziglar sau Anthony Robbins.
Este creatorul jocului CASHFLOW în trei variante (pentru copii, adulți și avansați), ce reproduce condițiile unei piețe reale și îi inițiază pe jucători în secretele lumii financiare.

SHARON L. LECHTER, coautoare a volumului de față, a colaborat cu Robert Kiyosaki la următoarele volume apărute la Curtea Veche Publishing: *Tată bogat, tată sărac* (2000), *Copil bogat, copil isteț* (2002), *Profețiile tatălui bogat* (2007), *Cadranul Banilor* (2007), *Tânăr și bogat* (2007), *Înainte de a demisiona* (2007), *Cine mi-a luat banii?* (2007), *Ghid de investiții* (2007).
După ce a absolvit cu *Summa Cum Laude* Universitatea de Stat din Florida, obținând o diplomă în contabilitate, Sharon L. Lechter s-a angajat la o mare firmă de profil. A devenit expert contabil la o companie IT, apoi director de impozite la o companie națională de asigurări. Este fondatoare a primei reviste pentru femei din Wisconsin.
În calitate de soție și mamă a trei copii, s-a orientat spre învățământ. Împreună cu inventatorul primei cărți electronice (*talking book*) a ajutat la extinderea acestei industrii.
Este o pioneră în dezvoltarea noilor tehnologii care încearcă să readucă pe cât posibil cărțile în viața copiilor. S-a implicat din ce în ce mai mult în formarea celor mici, devenind o militantă în domeniul matematicii, al calculatoarelor, cititului și scrisului.
În prezent, își concentrează eforturile în direcția creării instrumentelor educaționale necesare celor interesați să-și îmbunătățească educația financiară.

ROBERT T. KIYOSAKI
în colaborare cu
SHARON L. LECHTER

ȘCOALA DE AFACERI

Pentru oamenii cărora le place să îi ajute pe alții

Ediția a II-a

Traducere din limba engleză de
Mihaela Stan

Curtea veche

BUCUREȘTI, 2008

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
KIYOSAKI, ROBERT
Școala de afaceri : pentru oamenii cărora le place să îi ajute pe alții / Robert T. Kiyosaki împreună cu Sharon L. Lechter ; - trad.: Mihaela Stan. - Ed. a 2-a. - București: Curtea Veche Publishing, 2008
ISBN 978-973-669-611-4

I. Lechter, Sharon
II. Stan, Mihaela (trad.)

339.378
339.18
658.8

Coperta colecției: GRIFFON AND SWANS PRODUCTIONS
www.griffon.ro

ROBERT T. KIYOSAKI
with SHARON L. LECHTER, C.P.A.
The Business School For People
Who Like Helping People (Second Edition)

Copyright © 2001—2005 by Robert T. Kiyosaki
and Sharon L. Lechter

All rights reserved.

CASHFLOW, Rich Dad, Rich Dad's Advisors, Rich Dad's Seminars, EBSI and B - I Triangle are registered trademarks of CASHFLOW Technologies, Inc.

© CURTEA VECHE PUBLISHING, 2006
pentru prezenta versiune în limba română

ISBN 978-973-669-611-4

Dedicație

Dedicăm această carte, *Școala de afaceri pentru oamenii cărora le place să îi ajute pe alții*, milioanelor de oameni, cupluri și familii care și-au început drumul inițiind și construindu-și propriile afaceri cu ajutorul marketingului în rețea. Dedicându-ne viața acțiunii de a educa oamenii în legătură cu modalitățile de a-și obține libertatea financiară, am fost extrem de încântați să ne asociem unei industrii dedicate acordării de ajutor pentru începerea și construirea de către oameni a propriilor afaceri. În fiecare zi vă educați familia, prietenii, vecinii, asociații de afaceri, ca și pe oamenii care vă sunt complet străini, și împărtășiți cu toți aceștia oportunitățile de afaceri. Pentru asta, vă respectăm și vă mulțumim. Dumneavoastră observați direct și experimentați beneficiile și libertățile oferite de faptul că aveți propria afacere. După cum au explicat cărțile noastre, *Tată bogat, tată sărac* și *Cadranul banilor*, odată ce sunt înțelese adevărurile despre funcționarea banilor și rețetele de a crea bogăție, este ușor de înțeles faptul că a deține o afacere de marketing în rețea poate reprezenta alegerea perfectă de afaceri pentru mulți oameni.

Mulțumiri

Am fost încântați de primirea fabuloasă pe care a avut-o prima ediție a acestei cărți la publicarea ei, în 2001. Totuși, această primire pălește în comparație cu acceptarea generală care a fost oferită lucrărilor noastre, începând de la jumătatea anilor '90 de către industria de marketing în rețea. Ca oameni convinși de mesajul transmis de Tatăl bogat, vrem să vă mulțumim dumneavoastră, celor pe care i-ați recrutat, celor care v-au recrutat pe dumneavoastră, egalilor dumneavoastră și companiei cu care sunteți asociat. Suntem alături de dumneavoastră în încercarea de a-i ajuta pe oameni să preia controlul asupra vieții lor financiare. Continuați să învățați și să predați. Vă mulțumim!

De ce recomand marketingul în rețea ca stil de afacere?

Ceea ce urmează este un exemplu ilustrativ pentru genul de scrisori pe care le primesc deseori:

Dragă domnule Kiyosaki,
Bună ziua, sper că vă merge bine.

Numele meu este Susan și vă scriu în legătură cu soțul meu, Alan. El v-a citit toate cărțile și are un potențial enorm de a deveni un mare om de afaceri și întreprinzător. I-am spus că vreau să vă scriu și să vă cer sfatul în legătură cu o anumită chestiune. Eu, personal, nu v-am citit niciuna dintre cărți, astfel încât nu am habar care este poziția dumneavoastră legată de asemenea chestiuni, dar soțul meu investește mult timp într-o companie numită [numele companiei a fost șters]. E o companie bazată pe sistemul piramidal care vinde vitamine și alte produse pentru îngrijirea sănătății. Tu vinzi în beneficiul persoanei superioare ție ca poziție, iar lucrurile merg tot așa în josul lanțului. Acest lucru nu m-ar deranja atât de tare dacă nu mi s-ar părea că este pur și simplu o risipire îngrozitoare a timpului lui. În urma tuturor eforturilor sale de-a crește cota de piață a numelui și companiei altcuiva, altcineva va culege

în final beneficiile faptului că el muncește din greu. Ei îl conving că pune bazele propriei sale afaceri, dar nu-i văd nicăieri numele în titulatura companiei. Cum poate fi afacerea lui dacă vitaminele nu poartă numele lui? În plus, el lucrează la asta cu jumătate de normă de mai bine de un an și încă nu a câștigat mare lucru.

Cred că încerc să spun că sunt de părere că asta reprezintă o risipă a valorosului său timp și că mi-ar plăcea să îl văd investind în el însuși și în numele său mai degrabă decât în al altuia. În loc să construiască o afacere de marketing în rețea, cred că ar trebui să pună bazele propriei sale companii. De asemenea, cred că oamenii pentru care vinde se folosesc de el. Știind că v-a citit cărțile și că prețuiește enorm părerile dumneavoastră ca om de afaceri, poate că ar fi dispus să vă asculte ideile asupra acestui subiect, căci de părerile mele nu vrea să audă. Cine știe, poate că eu sunt cea care mă înșel. Ar fi bine să fie așa și m-ar liniști să aflu acest lucru.

Dacă veți răspunde scrisorii de față, vă mulțumesc anticipat pentru timpul acordat.

A dumneavoastră,
Susan M.

Răspunsul meu

După cum unii dintre dumneavoastră s-ar putea să știți, biroul meu este asediat de scrisori. Din nefericire, nu am timp să le răspund tuturor.

Am început cartea cu această scrisoare pentru că îngrijorările și întrebările Susanei sunt aceleași pe care le aud deseori de la alții. Și sunt întrebări și îngrijorări întemeiate. În plus, am fost impresionat de francheţea ei și de măsura în care era dispusă să accepte contraargumente. În ziua de astăzi, când ritmul schimbărilor radicale este rapid, e vital să nu ai idei preconcepute.

Unul dintre motivele principale pentru care m-am decis să scriu această carte este pentru a răspunde unor astfel de întrebări și îngrijorări. Mulți oameni vor să afle de ce recomand afacerile de marketing în rețea, mai ales că nu sunt personal afiliat cu nicio companie de acest fel și nici nu mi-am construit averea pe baza unei afaceri de marketing în rețea. Prin urmare, am scris cartea de față pentru a răspunde, odată pentru totdeauna, acestor întrebări. Așa cum se poate înțelege după grosimea volumului, răspunsul meu la scrisoarea anterioară nu constă într-o simplă enunțare de genul: este bine sau este greșit ce face soțul dumneavoastră.

Înainte de a încheia, trebuie să spun că nu consider că afacerile de marketing în rețea sunt potrivite oricui. Sper că, citind această carte, veți înțelege mai bine dacă o afacere de marketing în rețea vă este potrivită sau nu. Dacă sunteți deja implicat într-o afacere de marketing în rețea cred că veți descoperi că această carte vă confirmă ceea ce știți... și simțiți deja. Dacă vă gândiți să inițiați o afacere de marketing în rețea, cred că veți afla aici lucruri noi în legătură cu unele ocazii și valori ascunse pe care vi le poate oferi o afacere de marketing în rețea — valori pe care mulți oameni nu reușesc să le observe. Cu alte cuvinte, o afacere de marketing în rețea presupune și implică mult mai mult decât simpla șansă de a obține niște bani în plus.

Vă mulțumesc anticipat pentru că citiți această carte și pentru că sunteți deschiși la tot ce este nou.

Al dumneavoastră,
Robert T. Kiyosaki

CAPITOLUL 1

Ce îi face bogați pe oamenii bogați?

Într-o zi, după școală, lucram în biroul tatălui meu cel bogat. Aveam cam 15 ani în perioada aceea și eram foarte frustrat de școală. Doream să aflu cum să mă îmbogățesc, dar în loc să studiez subiecte de genul „Banii 101" sau „Cum să devii milionar 102", mă trezeam disecând broaște la orele de biologie și întrebându-mă cum oare mă va ajuta această broască moartă să devin bogat. Simțindu-mă frustrat în privința școlii, l-am întrebat pe tatăl bogat: „De ce nu ni se predă la școală despre bani?"

Tatăl bogat mi-a zâmbit, a ridicat ochii dintre hârtii și mi-a răspuns: „Nu știu, și eu m-am întrebat adeseori." A tăcut un timp și apoi m-a întrebat: „De ce întrebi asta?"

„Ei bine," am răspuns, „m-am plictisit de școală. Nu văd să existe nicio concordanță între ceea ce ni se cere să studiem la școală și lumea reală. Vreau doar să învăț să fiu bogat. Și cum mă va ajuta o broască moartă să îmi cumpăr o mașină nouă? Dacă profesorul mi-ar putea spune cum mă va ajuta o broască moartă să mă îmbogățesc aș diseca mii de broaște."

Tatăl bogat a râs cu poftă și m-a întrebat: „Ce îți răspund profesorii când îi întrebi ce legătură au broaștele moarte cu banii?"

„Toți profesorii mei spun același lucru," am răspuns. „Răspund același lucru indiferent de câte ori îi întreb ce importanță are școala pentru lumea reală."

„Și ce îți spun?"

Îmi spun: „Trebuie să obții note bune pentru a obține o slujbă bună și sigură," am răspuns.

„Ei bine, asta își doresc majoritatea oamenilor", mi-a răspuns tatăl bogat. „Majoritatea oamenilor merg la școală pentru a avea o slujbă bună și o anumită siguranță financiară."

„Dar eu nu vreau să fac asta. Nu vreau să fiu un simplu angajat și să lucrez pentru altcineva. Nu vreau să îmi petrec viața lăsând pe altcineva să decidă câți bani pot să câștig, când să merg la serviciu și când să îmi iau vacanță. Vreau să fiu liber. Vreau să fiu bogat. De aceea nu vreau o slujbă."

Pentru aceia dintre voi care nu ați citit *Tată sărac, tată bogat,* tatăl bogat era tatăl celui mai bun prieten al meu. Cu toate că a pornit de la zero și nu avea nicio educație formală, a devenit în cele din urmă unul dintre cei mai bogați oameni din statul Hawaii. Tatăl sărac, adică tatăl meu adevărat, era un om ce deținea o educație înaltă, un oficial guvernamental extrem de bine plătit, dar indiferent de câți bani câștiga, era lefter la sfârșitul fiecărei luni. A murit fără niciun ban, nelăsând nicio urmă după o viață întreagă de muncă grea.

Unul dintre motivele pentru care am început să studiez cu tatăl bogat după orele de școală și la sfârșit de săptămână a fost faptul că știam că nu primeam la școală genul de educație pe care mi-o doream. Știam că școala nu deținea răspunsurile pe care le căutam, pentru că tatăl meu adevărat, tatăl sărac, era însărcinat cu educația pentru întregul stat Hawaii. Știam că tatăl meu adevărat, inspector general școlar, nu știa prea multe despre bani. Ca atare, știam că sistemul de învățământ nu mă putea învăța ce doream să aflu. La vârsta de 15 ani, doream să aflu mai degrabă cum să devin bogat decât cum să devin angajatul unui bogat.

După ce asistasem la veșnicele certuri ale părinților mei pe problema insuficienței banilor, am început să caut un adult care să mă poată învăța despre bani. Așa am început să studiez cu tatăl bogat. Am învățat cu el de la vârsta de 9 ani până am împlinit 38 de ani. Mă interesa educația. Pentru mine, aceasta a fost „Școala de afaceri" — școala de afaceri a vieții reale. Datorită celor învățate de la tatăl meu bogat, am fost capabil să mă retrag din afaceri la vârsta de 47 de ani, deținând libertatea financiară necesară pentru tot restul vieții. Dacă aș fi urmat sfaturile tatălui

sărac — sfatul de a fi un bun angajat până la vârsta de 65 de ani — aș munci încă și în ziua de azi, îngrijorat de siguranța locului meu de muncă și de planul meu de pensii, prin care banii au fost investiți în fonduri mutuale a căror valoare scade constant. Diferența dintre sfaturile date de către tatăl bogat și cel sărac era mică. Tatăl sărac spunea mereu: „Mergi la școală, ia note bune, în așa fel încât să-ți găsești o slujbă sigură, fără pericole, și cu șanse de promovare." Sfatul tatălui bogat a fost: „Dacă vrei să fii bogat trebuie să fii afacerist și investitor." Problema mea era aceea că la școală nu mă învățau cum să fiu afacerist sau investitor.

„Dacă vrei să fii bogat trebuie să fii afacerist și investitor."

De ce a fost Thomas Edison bogat și faimos

„Ce ați studiat astăzi la școală?" m-a întrebat tatăl bogat.

După ce m-am gândit câteva clipe la modul în care îmi petrecusem ziua, am răspuns: „Am studiat viața lui Thomas Edison."

„Ați studiat o persoană foarte importantă," a spus tatăl bogat. „Și ați discutat despre cum anume a devenit bogat și faimos?"

„Nu." am răspuns. „Am vorbit doar despre invențiile lui, cum ar fi becul."

Tatăl bogat a zâmbit și mi-a spus: „Ei bine, deși nu-mi place să-ți contrazic profesorii, totuși nu Thomas Edison a inventat becul, el l-a perfecționat." Tatăl bogat mi-a explicat că Thomas Edison a fost unul dintre eroii săi și îi studiase viața.

„Atunci de ce se spune că el a inventat becul?" l-am întrebat.

„Au existat și alte becuri care fuseseră inventate înaintea lui, dar problema era că nu erau practice. Primele becuri inventate nu ardeau suficient de mult. De asemenea, ceilalți inventatori nu reușeau să-și explice cum ar putea avea becul electric vreo valoare comercială."

„Valoare comercială?" am întrebat încurcat.

„Cu alte cuvinte, ceilalți inventatori nu știau cum să scoată bani din invenția lor... pe când Thomas Edison a știut," a adăugat tatăl bogat.

„Deci el a fost inventatorul primului bec ce a putut fi folosit și a știut cum să își transforme invenția într-o afacere," am spus.

Tatăl bogat a încuviințat: „Acest simț al afacerilor pe care l-a avut Thomas Edison a făcut ca multe dintre invențiile sale să fie foarte folositoare oamenilor. El a fost mai mult decât un investitor, a fost fondatorul companiei General Electric și al altor companii extrem de importante. V-au explicat asta profesorii voștri?"

„Nu," am răspuns. „Mi-aș dori să o fi făcut. M-ar fi interesat mai mult subiectul. În schimb, eram plictisit și mă întrebam ce relevanță are Thomas Edison pentru viața reală. Dacă mi-ar fi spus cum a devenit atât de bogat, aș fi fost mult mai interesat și aș fi ascultat cu mult mai multă atenție."

Tatăl bogat a râs și mi-a spus cum a devenit inventatorul Thomas Edison fondatorul multimilionar al unei corporații ce valora miliarde de dolari. Tatăl bogat a continuat spunându-mi că Edison se lăsase de școală pentru că profesorii săi credeau că nu era suficient de inteligent pentru a obține succese școlare. În copilărie, s-a angajat și vindea bomboane și reviste în trenuri. În felul acesta, și-a dezvoltat talentul de vânzător. În curând, a început să își publice propriul ziar în ultimul vagon și a angajat o echipă de băieți să îi vândă nu doar bomboanele, ci și ziarul. Tot în copilărie, în aproximativ un an, a trecut de la statutul de angajat la cel de patron, angajând vreo doisprezece alți băieți.

„Deci așa și-a început Thomas Edison cariera de afacerist?" am întrebat.

Tatăl bogat a încuviințat și a zâmbit.

„De ce nu mi-au spus profesorii acest lucru?" am întrebat. „Mi-ar fi plăcut foarte mult să aud această poveste."

„Încă nu s-a terminat," a spus tatăl bogat și a continuat să îmi povestească istoria lui Thomas Edison. Edison s-a plictisit în curând de afacerea sa din tren și a început să învețe cum să comunice în limbajul Morse, astfel încât să se poată angaja ca telegrafist. În curând, Edison era unul dintre cei mai buni telegrafiști din zonă și a călătorit din oraș în oraș folosindu-se de cunoștințele sale. „Datorită celor învățate ca tânăr întreprinză-

tor și ca operator de telegraf, a dobândit priceperea care l-a făcut om de afaceri și inventator al becului electric."

„Cum l-a ajutat faptul că a fost operator de telegraf să devină un om de afaceri mai bun?" am întrebat nelămurit. „Și ce legătură are această poveste cu faptul că vreau să devin bogat?"

„Dă-mi voie să îți explic," spuse tatăl bogat. „Vezi tu, Thomas Edison a fost mai mult decât un simplu inventator. Încă din copilărie a devenit proprietarul unei afaceri. De aceea, a devenit bogat și faimos. În loc să meargă la școală, și-a dobândit experiența de afacerist necesară pentru a avea succesul în lumea reală. Mă întrebași cum ajung oamenii bogați să devină bogați, nu-i așa?"

„Da," am răspuns, dând din cap și simțindu-mă puțin jenat că îl întrerupsesem pe tatăl bogat.

„Experiența dobândită de el ca om de afaceri și ca operator de telegraf este cea care l-a făcut să devină faimos ca inventator al becului electric," spuse tatăl bogat. „Ca telegrafist, știa că sistemul de afaceri l-a făcut pe inventatorul telegrafului atât de faimos — un sistem alcătuit din stâlpi, cabluri, oameni care știau să îl folosească și stații telegrafice. Tânăr fiind, Thomas Edison a înțeles puterea sistemului."

Am intervenit: „Adică vrei să spui că, datorită faptului că era om de afaceri, a înțeles importanța sistemului. Sistemul era mai important decât invenția."

Tatăl bogat a încuviințat. „Vezi tu, majoritatea oamenilor merg la școală să învețe să devină angajați ai sistemului; ei nu reușesc să vadă imaginea de ansamblu. Cei mai mulți nu văd decât valoarea slujbei lor doar pentru că așa au fost educați. În felul acesta, ajung să nu mai vadă pădurea din cauza copacilor."

„Deci majoritatea oamenilor preferă să lucreze pentru sistem, și nu să-l dețină," am adăugat eu.

Încuviințând, tatăl bogat a spus: „Tot ce observă ei este inventarea produsului, nu și sistemul. Majoritatea oamenilor nu reușesc să înțeleagă ce anume îi face bogați pe cei bogați."

„Și cum se aplică asta în cazul lui Thomas Edison și a becului electric?" am întrebat.

„Ceea ce a făcut ca becul electric să aibă succes nu a fost becul în sine, ci sistemul de cabluri electrice și generatoare care furnizau

energie electrică becului," spuse tatăl bogat. „Thomas Edison a devenit bogat şi faimos datorită faptului că a reuşit să vadă imaginea în ansamblu, în timp ce ceilalţi nu au văzut decât becul electric."

„Iar el a fost capabil să vadă imaginea în ansamblu datorită experienţei sale dobândite în tren şi a experienţei ca telegrafist," am replicat.

Tatăl bogat a încuviinţat. „Alt cuvânt pentru sistem este 'reţeaua'. Dacă vrei cu adevărat să înveţi să devii bogat trebuie să începi să cunoşti şi să înţelegi puterea aflată în reţele. Cei mai bogaţi oameni din lume construiesc *reţele*. Toţi ceilalţi au fost educaţi să caute un loc de muncă."

„Cei mai bogaţi oameni din lume construiesc *reţele*. Toţi ceilalţi au fost educaţi să caute un loc de muncă."

„Fără reţeaua electrică becul electric ar fi însemnat prea puţin pentru oameni," am spus.

„Ai început să te prinzi," a spus tatăl bogat. „Există mai multe moduri de a deveni bogat, dar cei mai bogaţi oameni sunt întotdeauna cei care şi-au construit reţele. Gândeşte-te, de exemplu, cum a ajuns John D. Rockefeller unul dintre cei mai bogaţi oameni din lume. El a făcut mai mult decât să foreze după petrol. John D. Rockefeller a devenit unul dintre cei mai bogaţi oameni din lume pentru că a construit o reţea de staţii de benzină, cisterne care să le aprovizioneze, tancuri petroliere şi conducte. A devenit bogat şi faimos datorită reţelei sale, pe care guvernul Statelor Unite i-a impus să o distrugă, numind-o monopol."

„Iar Alexander Graham Bell a inventat telefonul, care ulterior a devenit o reţea de telefonie numită AT&T," am adăugat.

Tatăl bogat a încuviinţat. „Mai târziu a evoluat în reţelele radiofonice, iar mai târziu, reţelele de televiziune. De fiecare dată când s-a inventat ceva nou, cei care au devenit bogaţi au fost cei care au construit şi deţinut reţeaua de susţinere a noii invenţii. Multe dintre starurile şi sportivii bine plătiţi sunt bogaţi doar pentru că reţelele de radio şi de televiziune i-au făcut bogaţi şi faimoşi."

„Și atunci de ce nu ne învață sistemul nostru școlar să construim rețele?" am întrebat.

Tatăl bogat a ridicat din umeri. „Nu știu," a spus el. „Poate pentru că majoritatea oamenilor se mulțumesc să fie angajați ai uneia dintre aceste rețele mari... o rețea care îi face pe cei bogați să fie și mai bogați. Eu nu am vrut să muncesc pentru cei bogați. Din această cauză, mi-am construit propria rețea. Nu am câștigat mulți bani în tinerețe pentru că îți ia timp să construiești o rețea. Timp de cinci ani am câștigat mult mai puțin decât cei din jurul meu. Totuși, după zece ani, eram mult mai bogat decât majoritatea colegilor mei de clasă, chiar decât cei care studiaseră pentru a deveni doctori și avocați. Astăzi, câștig mult mai mult decât ar putea ei visa vreodată să câștige. O rețea bine concepută și condusă va câștiga cu mult mai mult decât poate câștiga un individ care muncește pe brânci."

Tatăl bogat mi-a explicat apoi că istoria este plină de poveștile oamenilor bogați și faimoși care și-au construit rețele. Mulți s-au îmbogățit atunci când au fost inventate trenurile. Același lucru este valabil pentru avioane, nave, mașini și magazine de vânzare cu amănuntul, precum: Wal-Mart, Gap și Radio Shack. În lumea de astăzi, puterea computerelor extrem de performante și a PC-urilor oferă multor indivizi puterea de a dobândi averi imense dacă ar munci să își construiască propriile rețele. Această carte și compania mea, Richdad.com, sunt dedicate celor ce doresc să își creeze propriile rețele de afaceri.

Azi, îl avem pe Bill Gates, cel mai bogat om din lume, care s-a îmbogățit introducând un sistem de operare în rețeaua IBM. Grupul Beatles a devenit faimos în întreaga lume datorită puterii rețelelor de radio, televiziune și a rețelelor de magazine de discuri. Vedetele sportive câștigă milioane de dolari datorită puterii rețelelor de radio și de televiziune. Internetul, ultima dintre rețelele care acoperă lumea întreagă, a făcut mulți milionari, chiar și câțiva miliardari. Talentul meu literar m-a făcut să câștig milioane de dolari, nu pentru că sunt un scriitor excepțional, ci datorită parteneriatului meu cu rețeaua Time Warner. Pe site-ul richdad.com, cooperăm cu Editura Time Warner și cu AOL pe Internet. Acestea sunt niște companii magnifice și cu

care se poate lucra extraordinar de bine. De asemenea, richdad.com se unește în rețele cu alte companii din întreaga lume, în țări, precum: Japonia, China, Australia, Marea Britanie, Africa de Sud, Canada, India, Singapore, Malaezia, Indonezia, Mexic, Filipine, Taiwan, pe continentele european și african. După cum spunea tatăl bogat: „cei bogați își construiesc rețele, în timp ce toți ceilalți își caută un loc de muncă".

De ce se îmbogățesc bogații

Celor mai mulți dintre noi ne e cunoscută zicala: „păsările de același soi zboară împreună." Ei bine, zicala aceasta e adevărată nu doar în cazul păsărilor, ci și al oamenilor bogați, al celor din clasa de mijloc și al oamenilor săraci. Cu alte cuvinte, cei bogați relaționează cu cei bogați; cei săraci relaționează cu cei săraci; iar cei din clasa de mijloc, cu cei din clasa de mijloc. Tatăl bogat mi-a spus deseori: „Dacă vrei să devii bogat trebuie să-ți stabilești legături cu cei bogați sau cu cei ce te pot ajuta să devii bogat". El mai spunea, de asemenea: „Mulți oameni își petrec întreaga viață în compania celor care îi trag înapoi din punct de vedere financiar." Una dintre ideile pe care această carte dorește să o accentueze este aceea că o afacere de marketing în rețea este o afacere în care întâlniți oameni care sunt acolo să vă ajute să deveniți mai bogați. O întrebare pe care ar fi bine să v-o adresați este: „Compania în care lucrez și oamenii cu care îmi petrec timpul sunt dedicați îmbogățirii mele? Sau sunt mai degrabă interesați ca eu să continui să lucrez din greu?"

Încă de la vârsta de 15 ani știam că modalitatea de a deveni bogat și liber din punct de vedere financiar era aceea de a învăța să relaționez cu oamenii care puteau să mă ajute să devin bogat și liber din punct de vedere financiar. Pentru mine acest lucru părea perfect întemeiat. Totuși, pentru majoritatea colegilor mei de clasă părea mai important să obțină note bune și o slujbă sigură. La vârsta de 15 ani, am decis să caut prietenia celor ce erau interesați ca eu să devin bogat, și nu un angajat loial care să lucreze pentru cei bogați. Când privesc în urmă, constat că decizia pe care am luat-o la 15 ani mi-a schimbat viața. Nu a fost

o decizie ușor de luat, pentru că la 15 ani am fost nevoit să fiu foarte atent cu cine îmi petrec timpul și pe care dintre profesori să îi ascult. Pentru aceia dintre voi care reflectează asupra ideii de a-și construi propria afacere, această idee — ideea de a fi conștient cu cine îți petreci timpul și de la cine înveți — este ceva ce trebuie să luați în calcul în mod foarte serios. Încă de când eram licean, am început să îmi aleg cu atenție prietenii și profesorii, pentru că familia, prietenii și profesorii sunt un element foarte, foarte, foarte important al rețelei personale.

O școală de afaceri pentru oameni

Eu, personal, sunt încântat să scriu această carte pentru susținerea industriei de marketing în rețea. Multe companii din acest domeniu oferă milioanelor de oameni același tip de educație de afaceri pe care l-am primit eu de la tatăl bogat: ocazia de a vă construi propria rețea, și nu de a vă petrece viața lucrând în rețeaua altora.

Sarcina de a-i învăța pe oameni să înțeleagă puterea pe care o pot dobândi dacă își întemeiază propria afacere, propria rețea, nu este una ușoară. Aceasta se întâmplă pentru că majoritatea oamenilor au fost învățați să fie loiali, să fie angajați ce muncesc din greu, și nu să fie proprietarii unei afaceri care să își construiască propria rețea.

După ce m-am întors din Vietnam, unde fusesem ofițer al Corpului de Marină al Statelor Unite și pilot de elicopter, am reflectat asupra ideii de a mă întoarce în sistemul de învățământ pentru a obține diploma de master în domeniul de management. Tatăl bogat m-a convins să nu fac asta. El mi-a spus: „Dacă obții o diplomă de master într-o școală tradițională vei fi în continuare educat să devii angajatul celor bogați. Dacă preferi să devii om bogat și nu un angajat bine plătit al celor bogați, trebuie să urmezi o școală de afaceri care să te învețe cum să devii un întreprinzător. Acesta este tipul de educație pe care ți l-am dat eu," a mai spus tatăl bogat, dar „problema celor mai multe școli de afaceri este că ei îi iau pe cei mai isteți puști și îi învață cum să devină administratori buni ai afacerilor celor bogați, și nu patroni ai angajaților". Dacă ați urmărit știrile în legătură cu scandalurile Enron și World-

Com[1], directorii cu studii înalte au fost acuzaţi că s-au gândit doar la ei înşişi, nu şi la angajaţii lor sau la investitorii care le încredinţaseră viaţile şi banii lor. Mulţi dintre managerii educaţi şi bine plătiţi îşi sfătuiseră angajaţii să cumpere mai multe acţiuni ale companiei, în timp ce ei şi le vindeau pe ale lor. Deşi Enron şi WorldCom sunt exemple extreme, acest tip de comportament egoist este întâlnit zilnic în lumea marilor companii şi a pieţelor de acţiuni.

Unul dintre motivele principale pentru care susţin domeniul marketingului în reţea este acela că multe dintre companiile de acest tip sunt cu adevărat *şcoli de afaceri pentru oameni*, nu genul de şcoală de afaceri care preia copiii inteligenţi şi îi educă să devină angajaţi ai celor bogaţi. Multe companii de marketing în reţea îi învaţă pe oameni lucruri care nu sunt explicate în şcolile tradiţionale... lucruri precum: cea mai bună cale de a deveni bogat este să înveţi singur şi să îi înveţi şi pe alţii cum să devină proprietarii unor afaceri... în loc să îi înveţi să fie angajaţi loiali ce lucrează pentru cei bogaţi.

Alte căi de a te îmbogăţi

Mulţi oameni au dobândit averi mari dezvoltând afaceri de marketing în reţea. De fapt, chiar unii dintre cei mai avuţi prieteni ai mei s-au îmbogăţit dezvoltând afaceri de marketing în reţea. Totuşi, ca să fim corecţi, există şi alte căi de a deveni extrem de bogat. Ca atare, în capitolul următor vor fi dezvoltate alte modalităţi de a deveni bogat şi liber din punct de vedere financiar... eliberat de necesitatea de a munci din greu pentru a-ţi câştiga existenţa, de a te agăţa de siguranţa locului de muncă şi de a trăi de la un salariu la altul. După ce veţi citi capitolul următor vă veţi da seama dacă marketingul în reţea este cea mai bună cale de a vă îmbogăţi... şi dacă poate fi un mijloc de a vă putea îndeplini visurile şi pasiunile.

---

[1] Este vorba despre scandalurile legate de fraudă în cadrul celor două companii extrem de mari (una din domeniul energetic, cealaltă din domeniul telecomunicaţiilor) care şi-au acoperit situaţia financiară precară prin rapoarte false. Frauda celor două companii a dus la apariţia celor mai mari falimente din istoria SUA şi la pierderea unor sume imense din partea investitorilor şi a condus la procese extrem de mediatizate. (*N. tr.*)

CAPITOLUL 2

Există mai multe modalități de a deveni bogat

„Mă puteți învăța să devin bogat?" mi-am întrebat profesorul.

„Nu," mi-a răspuns profesorul meu de biologie. „Scopul meu este să te ajut să devii absolvent și să poți obține o slujbă bună."

„Dar dacă nu îmi doresc o slujbă? Dacă eu vreau să devin bogat?" am întrebat.

„De ce vrei să fii bogat?" m-a întrebat profesorul meu.

„Pentru că vreau să fiu liber. Vreau să am timpul și banii necesari să pot face ce-mi doresc. Nu vreau să fiu un angajat mare parte a vieții mele. Nu vreau ca visurile mele să fie determinate de dimensiunea salariului meu."

„Astea-s prostii. Visezi să ai viața lipsită de ocupație a unui om bogat, dar nu poți fi bogat dacă nu ai note bune și apoi o slujbă bine plătită," a spus profesorul. „Acum întoarce-te la broasca ta."

În celelalte cărți și programe educaționale ale mele am vorbit deseori despre cele trei tipuri de educație care sunt necesare dacă ne dorim succes în viață din punct de vedere financiar: educația **sco**lastică, profesională și financiară.

EDUCAŢIA SCOLASTICĂ

Acest gen de educaţie ne învaţă să citim, să scriem şi să rezolvăm probleme de matematică. Este o educaţie extrem de importantă, mai ales în lumea în care trăim astăzi. Eu, personal, nu m-am descurcat prea bine în ceea ce priveşte acest gen de educaţie. Am fost un elev de nota 5 în mare parte a vieţii mele, pur şi simplu, pentru că nu eram interesat în ceea ce ni se preda. Citesc foarte lent şi nu scriu prea bine. Deşi citesc încet, citesc mult; numai că citesc extrem de încet, şi de multe ori trebuie să citesc o carte de două, trei ori pentru a o înţelege. De asemenea, nu sunt un bun scriitor, deşi continui să scriu.

Ca o notă de subsol, deşi nu scriu prea bine, am avut norocul să am şapte cărţi incluse în listele bestseller realizate de *The New York Times*, *The Wall Street Journal* şi *Business Week*. După cum am declarat în *Tată sărac, tată bogat* nu sunt un autor ce scrie extrem de bine, ci un autor care vinde extrem de bine. Educaţia oferită de către tatăl bogat în domeniul vânzărilor îşi arată roadele, chiar dacă această educaţie nu mi-a adus rezultate bune la învăţătură în timpul şcolii.

EDUCAŢIA PROFESIONALĂ

Acest gen de educaţie vă învaţă cum să munciţi pentru bani. În tinereţe, copiii deştepţi şi-au continuat drumul, devenind doctori, avocaţi şi contabili. Alte şcoli profesionale îi învaţă pe oameni să devină asistenţi medicali, instalatori, constructori, electricieni şi mecanici auto. Dacă veţi căuta în cartea de telefon la capitolul educaţie sau şcoli veţi găsi paginile respective pline cu nume de şcoli care îi învaţă pe oameni profesii ce îi ajută să se angajeze mai uşor.

Eu, personal, de vreme ce nu m-am descurcat prea bine la primul nivel de educaţie, cea scolastică, nu am fost încurajat să devin doctor, avocat sau contabil. În schimb, am urmat o şcoală în New York cu ajutorul căreia am devenit ofiţer de marină, capabil să conduc nave, precum petroliere pentru Standard Oil sau nave de pasageri, asemenea navei ce apare în serialul de televiziune *The Love Boat*. După ce am absolvit şcoala, deoarece acest

lucru se întâmpla în perioada războiului din Vietnam, în loc să obțin o slujbă în industria navală, am mers în Florida, la Pensacola, unde am urmat cursurile Școlii de Zbor a Marinei Statelor Unite și am devenit pilot, zburând pentru Corpul de Marină din Vietnam. Ambii mei tați au susținut că era datoria unui fiu să lupte pentru țara lui, astfel încât atât eu, cât și ceilalți doi frați ai mei ne-am oferit voluntari în Vietnam. Până la vârsta de 23 de ani aveam deja două profesii: una de ofițer de marină și cealaltă de pilot, dar nu m-am folosit cu adevărat de niciuna dintre ele pentru a câștiga bani.

Ca o observație, mi se pare comic faptul că talentul pentru care sunt cel mai bine cunoscut astăzi este acela de scriitor... din moment ce am rămas de două ori corijent la literatură în timpul liceului.

EDUCAȚIA FINANCIARĂ

Aceasta este educația care te învață cum să faci ca *banii tăi să lucreze pentru tine*, în loc *să lucrezi tu pentru bani.* Acest al treilea nivel de educație nu este predat în marea majoritate a școlilor.

Tatăl sărac considera că o bună educație scolastică și profesională este tot ceea ce îi este necesar unei persoane pentru a avea succes în viața reală. Tatăl bogat spunea: „Dacă nu ai o bună educație financiară, vei lucra întotdeauna pentru cei bogați". Richdad.com a făcut tot posibilul să creeze produse care să predea aceeași educație financiară pe care mi-a predat-o tatăl bogat. Avem produse precum jocurile CASHFLOW 101, 202 și CASHFLOW *pentru copii*, care predau într-un *mod plăcut* aceeași educație și gândire financiară pe care le-am învățat de la tatăl bogat.

„Învață cum să faci ca *banii să lucreze pentru tine*, în loc *să lucrezi tu pentru bani.*"

Un dezastru financiar

După părerea mea, Statele Unite, ca și majoritatea țărilor occidentale, sunt pe cale să aibă parte de un dezastru financiar... un dezastru financiar cauzat de eșecul sistemului nostru de învățământ de a oferi, în mod adecvat, un program realist de educație financiară elevilor. După cum, din nefericire, mulți dintre noi știu deja, nu am primit prea multă educație financiară în școală, iar după părerea mea, a ști cum să îți organizezi și să-ți investești banii este o abilitate extrem de importantă în viață.

De curând, am văzut cum milioane de oameni au pierdut miliarde de dolari pe piața de acțiuni. În viitorul apropiat, prezic că va avea loc un dezastru financiar din cauza faptului că oamenii născuți după 1950 nu vor avea suficienți bani pentru pensie. Mai importanți decât banii de pensie sunt banii pentru îngrijirile medicale. Deseori, aud consilieri financiari spunând: „Cheltuielile dumneavoastră vor scădea după ce vă veți pensiona." Ceea ce uită să vă spună acei consilieri medicali este că, deși cheltuielile traiului de zi cu zi scad, cheltuielile dumneavoastră medicale vor crește după ce veți ieși la pensie.

Tatăl sărac credea că guvernul ar trebui să aibă grijă de toți cei care nu au bani. Deși în adâncul inimii sunt de acord cu el, gândirea mea de tip financiar se întreabă cum își va putea permite guvernul nostru să aibă grijă de milioanele de oameni care, în curând, vor avea nevoie de susținerea financiară pentru a trăi și a-și plăti cheltuielile medicale. În jurul anului 2010, primii 83 de milioane de oameni născuți în timpul exploziei demografice de la sfârșitul războiului din Vietnam vor începe să se pensioneze. Întrebarea mea este câți dintre ei vor avea suficienți bani să supraviețuiască odată ce zilele lor de muncă vor lua sfârșit? Iar dacă milioane de oameni vor avea nevoie de miliarde de dolari pentru a supraviețui, vor fi oare tinerii lumii dispuși să plătească pentru cheltuielile de supraviețuire ale vârstnicilor?

După părerea mea, este imperativ ca sistemul nostru de învățământ să înceapă cât mai curând să predea educația financiară. A învăța cum să-ți organizezi și să-ți investești banii este, cu siguranță, tot atât de important precum a învăța să diseci o broască.

Un comentariu personal

Eu și soția mea am reușit să ieșim la pensie devreme, renunțând la a avea un serviciu, fără asistența guvernului și fără niciun fel de acțiuni și fonduri mutuale. De ce nu dețineam acțiuni sau de ce nu beneficiam de fondurile mutuale? Motivul este că, după părerea noastră, acestea sunt investiții extrem de riscante. După părerea mea, fondurile mutuale sunt unele dintre cele mai riscante investiții; totuși, reprezintă o investiție bună dacă nu aveți niciun fel de educație financiară formală sau experiență.

Dacă ați urmărit știrile financiare, poate că ați observat că, înainte de crahul pieței de acțiuni, care a început în martie 2000, consilierii financiari spuneau: „Investiți pe termen lung, cumpărați și păstrați acțiuni, diversificați-vă portofoliul". Observați vreo diferență?

Ca atare, dacă *nu aveți* o bună educație financiară, poate că veți dori să faceți ceea ce vă sfătuiesc cei mai mulți consilieri financiari, și anume să puneți bani de o parte, să investiți în fondurile mutuale, să investiți pe termen lung și să diversificați. Dacă aveți o solidă educație financiară, e posibil să nu fie nevoie să urmați astfel de sfaturi riscante. În schimb, puteți face ceea ce m-a sfătuit mereu tatăl bogat, și anume să înființez o afacere. El spunea: „Cea mai bună modalitate de a deveni bogat este să-ți înființezi propria afacere". Tatăl bogat mai spunea: „După ce ți-ai întemeiat propria afacere și ai venituri bune, poți începe să investești în alte bunuri".

„Cea mai bună modalitate de a deveni bogat este să-ți înființezi propria afacere. După ce ți-ai înființat propria afacere și ai venituri bune, poți începe să investești în alte bunuri."

Celelalte moduri de a te îmbogăți

Tatăl bogat spunea: „Pentru că foarte mulți oameni nu dețin o educație financiară adecvată, ei găsesc multe alte modalități interesante de a se îmbogăți, altele decât dezvoltarea rețelelor de

afaceri. De exemplu, milioane de oameni încearcă să se îmbogățească jucând la loterie sau muncind din greu și punând banii deoparte. Iar unii oameni chiar devin bogați folosind aceste metode." El mai spunea: „Dacă dorești să devii bogat, trebuie să descoperi calea de îmbogățire cea mai potrivită ție". Următoarele sunt câteva dintre celelalte metode prin care se îmbogățesc oamenii.

1. Te poți îmbogăți căsătorindu-te cu cineva pentru banii ei sau ai lui. Aceasta este o metodă foarte populară de îmbogățire. Totuși, tatăl bogat ar spune: „*Știi* ce fel de persoane sunt cele care se căsătoresc pentru bani".

2. Te poți îmbogăți fiind un escroc. Tatăl bogat a spus: „Problema e că, fiind un escroc, trebuie să te asociezi cu alți escroci. Mare parte a afacerilor se bazează pe încredere. Cum poți să ai încredere suficientă dacă partenerii tăi sunt escroci?" El a mai spus: „Dacă ești un om de încredere și faci o eroare neintenționată, majoritatea oamenilor vor înțelege și îți vor acorda o a doua șansă. În plus, dacă înveți din erorile tale vei deveni un om de afaceri mai bun. Dar dacă ești un escroc și faci o eroare, fie ajungi la închisoare, fie partenerii tăi te vor pedepsi în propriile modalități eficiente".

3. Te poți îmbogăți fiind lacom. Tatăl meu a spus: „Lumea este plină de oameni care s-au îmbogățit prin lăcomie. Bogătașii lacomi sunt cei mai disprețuiți dintre toate tipurile de oameni bogați."

După căderea pieței de acțiuni, în 2000, lumea a fost împânzită de povești despre companii care și-au modificat rapoartele financiare, directori generali executivi care și-au mințit investitorii, oameni care dețineau informații din interior și care au vândut ilegal acțiuni și diverși directori de companii care și-au sfătuit angajații să cumpere acțiuni, în timp ce ei și le vindeau pe ale lor. Luni întregi programele de știri au fost împânzite de povești legate de directorii de la Enron și WorldCom, de analiștii de la

Arthur Anderson[1] și Wall Street care au mințit, au înșelat și au furat. Cu alte cuvinte, unii dintre acești oameni bogați au fost atât de lacomi încât au ajuns să încalce legile și să devină escroci. Primii câțiva ani ai secolului al XXI-lea au scos la iveală unele dintre cele mai urâte exemple de lăcomie, corupție și lipsă a valorilor morale, dovedind faptul că nu toți tâlharii vând droguri, poartă măști și jefuiesc bănci.

4. Poți deveni bogat fiind zgârcit. Tatăl bogat a spus: „Încercarea de a te îmbogăți prin zgârcenie este *cea mai* des întâlnită cale prin care unii încearcă să devină avuți. Oamenii care abordează această tactică sunt oamenii care, de cele mai multe ori, încearcă să cheltuiască mai puțin, în loc să încerce să își sporească veniturile în așa fel, încât să își poată permite mai multe." El a mai spus: „Problema e că, dacă devii bogat prin zgârcenie, în final, tot zgârcit rămâi." Cu toții am auzit povești despre oameni care și-au petrecut întreaga viață strângând cureaua, zgârcindu-se la fiecare ban și cumpărând numai atunci când există reduceri de prețuri, pentru ca, în final, să ajungă să strângă grămezi de bani. Totuși, deși au mulți bani, continuă să trăiască la fel de sărăcăcios ca și cei cu adevărat nevoiași. Conform tatălui meu bogat, ideea de a trăi în mizerie, cu toate că ai mulți bani, nu prea are sens.

Tatăl meu bogat a avut un prieten care și-a trăit viața cheltuind mai nimic, punând banii de o parte, dând bani pe nimic altceva decât pe strictul necesar. Mai trist era faptul că cei trei copii ai săi abia așteptau să moară pentru a pune mâna pe banii lui. După ce a murit, cei trei copii ai săi s-au răzbunat pe toți anii de lipsuri și au cheltuit toți banii în mai puțin de trei ani. După ce au irosit banii, copiii au rămas la fel de săraci pe cât fusese și tatăl lor, cu toate că tatăl lor avusese o mulțime de bani. După

[1] Arthur Anderson a făcut parte dintre cele cinci mari firme de contabilitate care realizau controlul evidențelor contabile și a situației financiare a marilor companii americane. Proprietarul a fost condamnat în cadrul procesului Enron, iar scandalul a dus la închiderea firmei prin interzicerea dreptului de a realiza auditul. (*N. tr.*)

părerea tatălui meu bogat, oamenii care dețin comori și totuși trăiesc în sărăcie sunt cei ce venerează banii, lăsându-i să le conducă viața, și nu invers.

5. Poți să te îmbogățești muncind din greu. Tatăl bogat considera că problema acestui gen de îmbogățire este aceea că oamenii ce muncesc din greu nu prea au timp să se bucure de banii și de viața lor. Cu alte cuvinte, nu știu nimic altceva decât să muncească pe brânci. Nu știu să se și bucure de ei.

A munci din greu pentru venituri mici

Tatăl bogat ne-a mai învățat, pe mine și pe fiul său, că mulți oameni lucrează pentru venituri nepotrivite. El a spus: „Oamenii care muncesc din greu pentru a câștiga, muncesc de cele mai multe ori pentru venituri nu tocmai potrivite. Veniturile pentru muncile fizice sunt cele care aduc cu sine și cele mai mari impozite. Oamenii care lucrează pentru venituri nepotrivite muncesc din ce în ce mai greu doar pentru a plăti impozite din ce în ce mai mari." După părerea tatălui meu bogat, a munci pentru un venit ce are un impozit din ce în ce mai mare nu e inteligent din punct de vedere financiar. Majoritatea oamenilor care au o slujbă lucrează pentru a obține genul de venituri cu cel mai mare procent de impozitare. În plus, oamenii care sunt salarizați cel mai prost, plătesc, de multe ori, cele mai mari impozite.

În copilărie, tatăl bogat m-a învățat că există mai multe tipuri de impozite. El mi-a spus: „Există venituri potrivite și unele nepotrivite." În această carte veți afla pentru ce venituri merită să munciți din greu... respectiv ce venituri sunt taxate din ce în ce mai puțin, cu toate că dumneavoastră câștigați din ce în ce mai mult.

Tatăl bogat ne-a mai arătat, mie și fiului său, că mulți oameni au muncit din greu toată viața, muncă ce, în final, a lăsat puține urme. În paginile acestei cărți veți afla cum puteți să munciți din greu câțiva ani, pentru ca apoi să puteți alege să nu mai munciți niciodată... dacă asta vă doriți.

6. Poți să devii bogat fiind extrem de inteligent, talentat, atrăgător sau înzestrat. Tiger Woods reprezintă un exemplu de jucător de golf extrem de talentat — un jucător de golf care a petrecut ani întregi dezvoltându-și acest talent. Totuși, faptul că sunteți talentat sau inteligent nu este o garanție că vă veți îmbogăți. Tatăl meu bogat spunea: „Lumea este plină de oameni talentați care nu ajung să se îmbogățească vreodată. Dacă mergi la Hollywood, vei găsi o grămadă de actori talentați, frumoși și arătoși care câștigă chiar mai puțin decât majoritatea oamenilor." Statisticile arată că 65 la sută dintre sportivii profesioniști rămân lefteri la cinci ani după ce cariera lor profesională extrem de bine plătită a luat sfârșit. În lumea financiară, pentru a deveni bogat e nevoie de mai mult decât de inteligența, talentul sau înfățișarea pe care ți le-a dăruit Dumnezeu.

7. Poți să te îmbogățești fiind norocos. Încercarea de îmbogățire prin noroc este aproape la fel de populară ca încercarea de a te îmbogăți prin a fi zgârcit. După cum știe aproape toată lumea, milioane de oameni pariază miliarde poate chiar triliarde de dolari la loto, la raliuri, în cazinouri și la evenimentele sportive, fiecare sperând să se îmbogățească din senin mizând pe noroc. Din nou, studiile au arătat că majoritatea celor care câștigă la loterie redevin săraci la cinci ani după ce câștigă mai mulți bani decât ar fi putut câștiga în cinci vieți omenești. Ca atare, chiar dacă ești norocos o dată sau de două ori, nu înseamnă că îți vei și păstra bogăția.

8. Poți deveni bogat moștenind bani. Până pe la douăzeci de ani, fiecare dintre noi ar cam trebui să știe dacă urmează sau nu să moștenim ceva. Dacă știi că nu vei moșteni nimic, evident că trebuie să cauți alte mijloace de a deveni bogat.

9. Poți deveni bogat prin investiții. Una dintre nemulțumirile cele mai frecvente pe care le-am auzit este aceea că ai nevoie de bani pentru a investi. De cele mai multe ori, e adevărat. Mai există și o altă problemă legată de investiții. Poți să pierzi tot ce ai dacă nu ești educat financiar și nu ai cunoștințele necesare

pentru a fi investitor. După cum mulți dintre noi am observat, piața de acțiuni este riscantă și schimbătoare, ceea ce înseamnă că poți să câștigi bani într-o zi, iar a doua zi să-i pierzi pe toți. Și în cazul investițiilor imobiliare, deși te poți folosi de banii bancherilor, e necesar să ai o anumită educație și un capital inițial pentru a putea acumula bogății mari. În această carte, veți afla cum anume să câștigați banii pe care să îi puteți investi. Înainte să începeți să vă investiți banii, veți învăța cum să deveniți investitor.

10. Poți deveni bogat demarând o afacere. Întemeierea unei afaceri este metoda prin care majoritatea celor avuți au ajuns foarte bogați. Bill Gates a construit compania Microsoft; Michael Dell a creat Dell Computers din propriul său dormitor. Problema este că, începerea unei afaceri de la zero este cea mai riscantă metodă de îmbogățire. Chiar dobândirea unei francize, ceea ce este mai puțin riscant, poate fi extrem de costisitoare. Costurile obținerii drepturilor de franciză la produse, servicii sau tehnologii renumite pot să varieze între 100 000$ și 1.5 milioane $. În plus, față de plata inițială, există plăți lunare care se varsă sediilor centrale pentru cursuri, reclamă și susținere. Chiar și cu acest suport, nu există garanția unei averi mari. De multe ori, o persoană trebuie să continue să plătească sediului central și francizorului chiar dacă franciza lui personală merge în pierdere. Chiar dacă este mai puțin riscant să cumpărați o franciză decât să vă începeți propria afacere de la zero, statistica arată că, în final, o treime din toate afacerile bazate pe franciză dau faliment.

Diferența dintre patronii unor afaceri mari și patronii unor afaceri mici

Înainte de a trece mai departe la cea de-a unsprezecea modalitate de a te îmbogăți, vreau să explic care este diferența dintre patronul unei afaceri mari și patronul unei afaceri mici. Diferența constă în faptul că marii afaceriști sunt cei care construiesc rețele. Lumea este plină de patronii de mică anvergură ce dețin mici restaurante. Diferența dintre patronul unui singur restaurant și Ray Kroc, cel care a fondat McDonalds, este aceea că

McDonalds este o cunoscută rețea de fast-food-uri bazată pe franciză. Un alt exemplu contrastant este comparația dintre patronul ce deține un atelier de reparat televizoare și Ted Turner, cel care a realizat compania CNN, acronimul de la Cables News Network. Observați din nou cuvântul rețea (network). Ideea este că diferența dintre un mic om de afaceri și un mare om de afaceri este dată, pur și simplu, de dimensiunea rețelei sale. În timp ce patronii unor afaceri mici se ocupă numai de prtopria afacere, foarte puțini dintre ei construiesc rețele. Mai simplu spus, construirea unei rețele de afaceri este modalitatea prin care s-au îmbogățit oamenii cu adevărat bogați.

Cea de-a unsprezecea cale de a vă îmbogăți

11. Puteți construi o afacere de marketing în rețea. Motivul pentru care situez afacerile de marketing în rețea pe locul al unsprezecelea între căile de îmbogățire este faptul că acest gen de afaceri reprezintă un mod nou și revoluționar de a obține mari averi. Dacă aruncați o privire rapidă peste primele zece modalități de a deveni bogat, puteți observa că ele pun accentul asupra persoanei care se îmbogățește. Cu alte cuvinte, pot fi considerate ca având scopuri egoiste. De exemplu, cel care dorește să devină bogat prin lăcomie se concentrează, în lupta sa de îmbogățire, în primul rând, asupra lui și, eventual, asupra câtorva prieteni și membri ai familiei. Cel care se căsătorește pentru bani se gândește cu siguranță numai la el. Chiar și o afacere mare are ca scop îmbogățirea unui anumit număr de oameni. Când au apărut francizele, a devenit posibilă îmbogățirea mai multor oameni, dar, de cele mai multe ori, francizele sunt rezervate doar pentru acei oameni care își pot permite să cumpere dreptul de franciză, și, după cum am arătat deja, pentru a construi un McDonalds, franciza costă peste un milion de dolari. Așadar, nu consider că acești oameni bogați sunt răi sau lacomi; consider că, de cele mai multe ori, accentul nu se pune asupra îmbogățirii mai multor oameni, ci asupra înavuțirii personale.

„O afacere de marketing în rețea reprezintă un mod nou și revoluționar de a obține mari averi"

Motivul pentru care situez marketingul în rețea, singur, pe locul al unsprezecelea al căilor de îmbogățire este pentru că reprezintă o modalitate nouă și revoluționară de a împărtăși averea cu oricine dorește cu adevărat să se îmbogățească. Un sistem de marketing în rețea este construit în așa fel, încât oricine să poată participa la împărțirea averii. Un sistem de marketing în rețea — un sistem pe care eu îl denumesc deseori *franciză personală* sau *o mare rețea invizibilă de afaceri* — este, după părerea mea, o modalitate extrem de democratică de a strânge o avere. Sistemul este deschis oricărui om ce are determinare și perseverență. Acest gen de sistem nu ține cont de: ce facultate ai urmat, dacă ai urmat vreuna, câți bani câștigi acum, rasă, sex sau înfățișare, cine îți sunt părinții sau dacă ești popular. Majoritatea companiilor de marketing în rețea sunt interesate, în primul rând, de cât ești dispus să înveți, să te schimbi și să te dezvolți, și dacă ai puterea să reziști și la bune, și la rele, în timp ce înveți să devii proprietarul unei afaceri.

„Un sistem de marketing în rețea — un sistem pe care eu îl denumesc deseori *franciză personală* sau *o mare rețea invizibilă de afaceri* — este o modalitate extrem de democratică de a strânge o avere."

De curând, am ascultat înregistrarea audio a discursului unui investitor faimos și bogat, discurs ținut într-o renumită școală de afaceri. Nu voi menționa numele lui sau al școlii, pentru că ceea ce urmează să spun nu este foarte măgulitor. El a spus: „Nu sunt interesat să-i învăț pe oameni să investească. Nu sunt interesat să-i ajut pe oamenii săraci să ajungă mai departe în viață. Tot ceea ce vreau să fac este să-mi petrec timpul alături de oameni inteligenți, precum sunteți voi aici la (numele renumitei școli de afaceri.)"

Deși nu sunt de acord cu ceea ce a susținut, îi acord tot respectul meu pentru sinceritate. Petrecând mult timp în copilărie alături de prietenii bogați ai tatălui meu bogat, am auzit deseori comentarii de genul acesta, dar ele nu erau rostite decât discret și în șoaptă. Mergeau la evenimente organizate în scopuri caritabile și donau bani unor cauze cunoscute, dar mulți dintre ei o făceau pentru a fi acceptați de societate. În cadrul întâlnirilor private, am auzit deseori ceea ce gândeau cu adevărat — lucruri similare ca substanță cu discursul faimosului investitor ținut la renumita școală de afaceri.

Evident, nu toți oamenii bogați împărtășesc asemenea atitudini. Totuși, sunt uimit în mod permanent de câți dintre oamenii bogați și de succes se poartă identic, tocmai pentru că sunt lacomi și neinteresați de cei mai puțin norocoși. Voi repeta că nu toți oamenii bogați împărtășesc acest mod de a gândi, dar, conform experienței mele, procentajul celor care o fac este semnificativ.

Unul dintre motivele principale pentru care susțin domeniul de marketing în rețea este acela că sistemul acestuia este mult mai corect decât sistemele precedente de dobândire a bogăției. Henry Ford, unul dintre cei mai mari oameni de afaceri ai lumii, a devenit bogat prin împlinirea misiunii declarate a companiei sale. Această misiune declarată a fost: „Democratizarea automobilului." Motivul pentru care această misiune a fost atât de revoluționară a fost acela că, la începutul secolului, mașinile nu erau disponibile decât celor bogați. Ideea lui Henry Ford a fost aceea de a crea automobile pe care să și le poată permite oricine, adică să realizeze „democratizarea automobilului." Destul de interesant este faptul că Henry Ford era angajatul lui Thomas Edison și că a realizat proiectul primului său autovehicul în timpul său liber. În 1903, s-a născut firma Ford Motor Company. Micșorând costurile de producție și adaptând liniile de asamblare a producției în masă a mașinilor standardizate și ieftine, Ford a devenit cel mai mare producător de automobile din lume. Nu numai că a făcut ca oamenii să-și poată permite mașini, el plătea și cele mai bune salarii dintre toate companiile de profil, oferind, de asemenea, profit pe vânzări muncitorilor săi,

redistribuind acestora 30 de milioane de dolari anual..., iar în 1903, 30 de milioane de dolari valorau mult mai mult decât astăzi.

Cu alte cuvinte, Henry Ford a fost un om care s-a îmbogăţit pentru că i-a păsat nu doar de clienţii săi, ci şi de angajaţii săi. Era un om cu adevărat generos. Henry Ford a fost extrem de criticat şi a avut parte de atacuri la persoană din partea aşa-numitei societăţi intelectuale. Henry Ford nu era un om cu multă educaţie şi, asemenea lui Thomas Edison, a fost deseori ridiculizat din cauza lipsei sale de educaţie formală.

Una dintre poveştile mele preferate legate de Henry Ford a fost aceea când i s-a cerut, de către aşa-numiţii oameni inteligenţi de formaţie academică, să dea un test. În ziua programată pentru test, un grup de inteligenţi a venit să-i dea o probă orală. Doreau să-i dovedească ignoranţa.

Testul a început cu o întrebare de genul: „care este forţa de rezistenţă a roţilor din oţel pe care le folosiţi" pusă de către unul dintre savanţi. Ford, care nu cunoştea răspunsul, s-a întins pur şi simplu după unul dintre multele telefoane din biroul său şi şi-a chemat vicepreşedintele care cunoştea răspunsul. Vicepreşedintele a sosit, iar Ford i-a adresat lui acea întrebare. Vicepreşedintele a dat răspunsul aşteptat de comisie. Următoarea persoană educată i-a mai pus o întrebare; din nou, Ford, care nu cunoştea răspunsul, a chemat un alt membru al echipei care cunoştea răspunsul. Au continuat aşa, până când, în final, unul dintre oamenii inteligenţi din comisie a strigat: „Vezi, asta dovedeşte că eşti un ignorant. Nu cunoşti răspunsul la niciuna dintre întrebările pe care ţi le adresăm."

Se spune că Henry Ford ar fi răspuns: „Nu cunosc răspunsurile pentru că nu este nevoie să îmi bat capul cu răspunsurile pe care le căutaţi. Eu angajez tineri absolvenţi inteligenţi, care au învăţat răspunsurile pe care vă aşteptaţi să le fi memorat eu. Treaba mea nu este să memorez informaţiile pe care voi le consideraţi inteligenţă. Treaba mea este să îmi păstrez capul limpede, evitând un asemenea talmeş-balmeş de informaţii, în aşa fel, încât să pot să gândesc." Apoi le-a cerut oamenilor inteligenţi din lumea academică să plece.

Ani la rând am avut grijă să reținceea ce consider că este unul dintre citatele atribuite lui Henry Ford: „Gândirea este cea mai grea muncă din cele câte există. De aceea, sunt atât de puțini cei care o efectuează."

„Gândirea este cea mai grea muncă din cele câte există. De aceea, sunt atât de puțini cei care o efectuează."

Bogăție pentru toți

După părerea mea, această nouă formă de afaceri, afacerile de marketing în rețea, este revoluționară pentru că, pentru prima oară de-a lungul istoriei, este astăzi posibil pentru fiecare dintre noi să participăm la împărțirea averii care până acum a fost rezervată celor norocoși. Sunt conștient de faptul că există oarecare controverse în legătură cu acest nou tip de afacere și că există și în cadrul acestora oameni lacomi și, uneori, escroci care încearcă să dea lovitura. Totuși, dacă priviți dintr-o perspectivă mai largă aceste noi forme de afaceri, este vorba de un sistem extrem de responsabil din punct de vedere social de împărțire a averii. O afacere de marketing în rețea nu este o afacere bună pentru cei lacomi. Prin modul în care este concepută, este afacerea perfectă pentru oamenii cărora le place să-i ajute pe ceilalți. Cu alte cuvinte, singurul mod în care funcționează o afacere de marketing în rețea este aceea de a-i ajuta pe alții să se îmbogățească pe măsură ce te îmbogățești și tu. Din punctul meu de vedere, acesta este un concept revoluționar, la fel de revoluționar pe cât au fost și oameni, precum: Thomas Edison și Henry Ford.

Înainte de a încheia, știu că majoritatea oamenilor sunt generoși. De asemenea, nu condamn lăcomia, din moment ce este întotdeauna sănătos să deții o doză de lăcomie și de egoism. Majoritatea dintre noi protestează sau clatină din cap plini de dezgust numai atunci când lăcomia sau căutarea câștigului personal devin excesive. Din moment ce majoritatea oamenilor

sunt generoşi şi doresc să-şi ajute semenii, această nouă formă a sistemului de afaceri în reţea oferă mai multor oameni puterea de a ajuta şi mai mulţi oameni. Chiar dacă această afacere nu e potrivită oricui, dacă dumneavoastră sunteţi genul de persoană care doreşte cu adevărat să ajute cât mai mulţi oameni să îşi atingă scopurile financiare şi să-şi îndeplinească visurile, afacerea de marketing în reţea merită luată în considerare.

În concluzie

În ziua de azi, există multe moduri prin care o persoană se poate îmbogăţi. Cel mai bine este să găsiţi calea cea mai potrivită pentru dumneavoastră. Dacă sunteţi o persoană căreia îi place să îi ajute pe alţii, cred că acest nou sistem de afaceri, marketingul în reţea, vi se potriveşte. Din această cauză, am denumit această carte *Şcoala de afaceri pentru oameni cărora le place să îi ajute pe alţii.* Dacă nu vă stă în caracter să-i ajutaţi pe alţii, mai există cel puţin alte 10 metode dintre care să alegeţi.

În capitolele următoare voi discuta câteva dintre valorile fundamentale pe care le-am găsit în majoritatea companiilor de marketing în reţea. După părerea mea, aceste valori esenţiale sunt ceea ce trebuie să luaţi dumneavoastră în considerare în primul rând, atunci când decideţi dacă doriţi să vă alăturaţi sau nu acestui domeniu. Tatăl bogat ne-a învăţat pe mine şi pe fiul său că valorile de bază sunt de departe mult mai importante decât banii. El spunea adesea: „poţi să te îmbogăţeşti fiind lacom şi zgârcit. Poţi, de asemenea, să te îmbogăţeşti fiind generos şi mână largă. Metoda pe care o alegi va fi metoda care se potriveşte cel mai bine valorilor tale personale fundamentale."

CAPITOLUL 3

Prima valoare: Șanse cu adevărat egale

Sunt întrebat deseori: „Din moment ce nu te-ai îmbogățit prin construirea unei afaceri de marketing în rețea, de ce recomanzi altora să intre în acest gen de afaceri?" Există mai multe motive pentru care recomand afacerile de marketing în rețea, iar aceste motive sunt explicate în această carte.

Reticența mea

La un moment dat, pe la mijlocul anilor 70, un prieten m-a invitat la prezentarea unei noi oportunități de afaceri. Fiind o persoană care își face un obicei din investigarea regulată a afacerilor și oportunităților de afaceri, am fost de acord să merg la acea întâlnire. Deși mi s-a părut straniu faptul că o ședință de afaceri se ținea într-o casă particulară, nu într-un birou, am acceptat să merg. Acea întâlnire a reprezentat pentru mine primul contact cu lumea marketingului în rețea.

Am stat răbdător și am ascultat prezentarea care a durat trei ore. Am fost de acord cu majoritatea argumentelor în favoarea ideii că oamenii ar trebui să își înceapă propria afacere. Părții căreia nu i-am prea acordat atenție a fost cum anume se diferenția modul de construire a acestui tip de afaceri față de afacerea

pe care o construiam eu personal. Simplu spus, eu îmi cream o afacere ca să devin eu bogat, iar ei creau o afacere care să îmbogățească mai multe persoane. În acel stadiu al vieții, mintea mea nu era încă receptivă la o idee nouă atât de radicală. În mintea mea, o afacere era destinată să îi îmbogățească doar pe proprietarii ei.

Noaptea târziu, prietenul meu m-a întrebat cum mi s-a părut acea prezentare. Replica mea a fost: „A fost interesant, dar nu mi se potrivește". Atunci când prietenul meu m-a întrebat de ce nu eram interesat, am spus: „Sunt deja pe cale să îmi creez propria afacere, de ce ar trebui să cooptez alți oameni în afacerea mea? De ce ar trebui să îi ajut?". Apoi am spus: „De altfel, am auzit zvonuri că aceste afaceri de marketing în rețea merg pe sistem piramidal și că sunt ilegale." Înainte ca prietenul meu să apuce să mai adauge ceva, am ieșit în noapte, am urcat în mașină și am plecat.

În acel stadiu al vieții, la mijlocul anilor 70, eram pe cale să întemeiez prima afacere de nivel internațional. Prin urmare, eram foarte ocupat, muncind în timpul zilei și creând această afacere în timpul liber. Afacerea pe care o construiam era o firmă de producție și distribuție care se ocupa de aducerea pe piață a primelor portofele pentru surferi, realizate din nailon și închizându-se cu arici. La scurt timp după prima ședință de marketing în rețea la care am asistat, afacerea mea legată de portofelele sport a înflorit exploziv. Cei doi ani de muncă grea începeau să dea roade. Succesul, faima și averea păreau să se reverse asupra mea și a celor doi parteneri ai mei. Reușiserăm să ne atingem scopul, acela de a deveni milionari înainte de a împlini 30 de ani. În anii '70, un milion de dolari avea cu adevărat valoare. Despre compania și produsele mele s-a scris în reviste, precum: *Surfer, Runner's World și Gentleman's Quarterly.* Reprezentam noile produse la modă în lumea sportivă și primeam cereri din întreaga lume. Prima mea afacere internațională demarase și funcționa perfect. Ca atare, atunci când mi s-a prezentat oportunitatea pe care afacerea de marketing în rețea mi-o oferea, mintea mea nu era receptivă și nici nu voiam să mai aud despre asta. Au trecut ani de zile până când am devenit din nou recep-

tiv la această idee... și am devenit suficient de receptiv pentru a începe să îmi schimb punctul de vedere asupra domeniului. Nu m-am gândit la domeniul de marketing în rețea timp de 15 ani.

O schimbare de opinie

Cândva, în timpul anilor '90, un prieten pe care îl respect pentru înțelepciunea financiară și pentru succesul său în afaceri mi-a spus că intrase în afacerile de marketing în rețea. Bill era deja extrem de bogat datorită investițiilor sale pe piața imobiliară, așa că nu am înțeles de ce ar fi deschis o afacere de marketing în rețea. Făcându-mă curios, l-am întrebat: „De ce intri în această afacere? Nu ai nevoie de bani, nu-i așa?"

Râzând în hohote, Bill mi-a răspuns: „Știi că îmi place să fac bani, dar nu intru în această afacere pentru că aș avea nevoie de bani, starea mea financiară este foarte bună."

Știam că Bill tocmai încheiase proiecte comerciale în domeniul imobiliar ce valorau peste un milion de dolari în ultimii doi ani, așa că știam și eu că o duce bine. Totuși, răspunsul său vag mă făcuse și mai curios, astfel încât am insistat, întrebându-l: „Și atunci de ce ai o afacere de marketing în rețea?"

Bill s-a gândit o vreme și apoi a început să vorbească în stilul său lent de texan: „Mulți ani la rând, oamenii mi-au cerut sfaturi pentru investiții în afacerile imobiliare. Vor să știe cum să se îmbogățească investind în domeniul imobiliar. Mulți dintre ei vor să știe dacă pot să investească alături de mine sau cum pot să participe la afaceri imobiliare fără să fie nevoiți să dea bani gheață."

Încuviințând, am spus: „Și mie îmi sunt puse întrebări de genul acesta."

„Problema este," a spus în continuare Bill, „că majoritatea oamenilor nu pot să investească alături de mine pentru că nu dețin suficienți bani. Ei nu au cei 50 000 sau 100 000 de dolari necesari să investească în domeniul imobiliar la nivelul la care particip eu. În plus, motivul pentru care mulți dintre ei caută o soluție prin care să nu fie nevoiți să dea bani este acela că mulți dintre ei nu au absolut niciun ban. Unii dintre ei se mențin cu greu pe linia de plutire. Prin urmare, ei caută afaceri ieftine în care nu trebuie

să investeşti niciun ban la început, care de cele mai multe ori sunt nişte afaceri foarte proaste. Tu, ca şi mine, ştii că afacerile imobiliare cele mai bune ajung la cei bogaţi, şi nu la cei săraci."

Încuviinţând din cap, am spus: „Înţeleg. Îmi aduc aminte de vremea când eram atât de sărac, încât niciun bancher sau agent imobiliar nu mă lua în serios. Vrei să spui că ei nu au niciun ban, sau dacă au ceva bani nu au suficient ca să îi poţi ajuta. Nu sunt suficient de bogaţi pentru investiţiile de genul acelora pe care le faci tu?"

Bill a aprobat. „În plus, chiar şi când au ceva bani este vorba de cele mai multe ori despre economiile lor de o viaţă. Ştii că nu recomand să investeşti tot ce deţii. Pe lângă asta, dacă îşi investesc economiile de o viaţă, de multe ori, sunt atât de speriaţi să nu le piardă, încât sfârşesc prin a le pierde într-adevăr. Ştii la fel de bine ca şi mine că, de cele mai multe ori, o persoană care se teme să nu piardă chiar pierde."

Conversaţia mea cu Bill a mai continuat câteva minute, dar în scurt timp am pornit spre aeroport. Încă nu înţeleseşem de ce se implicase în marketingul în reţea, dar reticenţa mea faţă de această idee începuse să se domolească. Începusem să-mi doresc să aflu de ce cineva atât de bogat ca el deţinea o afacere de marketing în reţea. Începeam să înţeleg că această afacere implica ceva mai mult decât bani.

Dialogul meu cu Bill a continuat de-a lungul următoarelor câteva luni. Încet, încet, am început să înţeleg raţiunile pentru care se implicase în aceste afaceri. Motivele lui principale erau:

1. Voia să ajute oamenii. Acesta era motivul principal pentru care înfiinţase această afacere. Deşi era un om foarte bogat, nu era nici lacom, nici arogant.

2. Voia să se ajute pe sine. „Trebuie să fii o persoană bogată pentru a putea să investeşti prin mine. Am înţeles că, dacă ajutam mai mulţi oameni să devină bogaţi, aş fi sfârşit prin a avea mai mulţi investitori." Bill a continuat: „Este ironic faptul că propria mea afacere creştea... eu deveneam şi mai bogat, pe măsură ce îi ajutam pe alţii să se îmbogăţească prin înfiinţarea propriilor

companii. Acum dețin o afacere prosperă de distribuție a mărfurilor, mai mulți investitori și mai mulți bani pe care să îi investesc. Ca atare, câștig din toate punctele de vedere. De aceea, am început să investesc în afaceri imobiliare de mult mai mare anvergură în ultimii ani. După cum știi nu este ușor să devii cu adevărat bogat prin investiții în afaceri imobiliare mărunte. Este posibil, dar dacă nu ai prea mulți bani nu poți să cumperi decât contractele imobiliare pe care nimeni altcineva nu le dorește."

3. Îi plăcea foarte mult să învețe și să predea. „Ador să lucrez cu oameni care doresc să învețe" mi-a spus într-una dintre discuțiile noastre ulterioare." Este obositor să lucrezi cu oameni care susțin că le știu pe toate. În lumea mea, cea legată de investițiile imobiliare, lucrez cu mulți asemenea oameni. E greu să lucrez cu cineva care e convins că le știe pe toate. Din punctul meu de vedere, oamenii care intră în afacerile de marketing în rețea caută răspunsuri noi și sunt dispuși să învețe. Iubesc să învăț, să predau lucruri legate de afaceri și să împărtășesc idei noi cu oameni care sunt încântați de învățătura pe care o primesc. După cum știi, am o diplomă în contabilitate și una de master în finanțe. Această afacere îmi oferă posibilitatea să îi învăț pe alții ce știu și să continui să învăț alături de toți ceilalți. Ai fi surprins câți oameni extrem de inteligenți, extrem de bine educați și provenind din diverse medii pot fi găsiți în acest tip de afacere. Mai sunt și mulți oameni lipsiți de o educație formală care au intrat în această afacere pentru a obține educația de care au nevoie pentru a avea siguranță financiară într-o lume care oferă slujbe din ce în ce mai nesigure. Ne întâlnim și împărtășim ceea ce cunoaștem deja din experiența noastră de viață și ceea ce învățăm practicând această afacere. Îmi place foarte mult să învăț și să predau și, din această cauză, iubesc această afacere. Este o afacere minunată și o ideală școală de afaceri în viața reală."

Devin receptiv

Ca atare, pe la începutul anilor '90, am început să fiu receptiv, iar punctul meu de vedere cu privire la domeniul de marketing

în rețea a început să se schimbe. Am început să văd lucruri pe care mintea mea refuzase să le observe până atunci. Am început să observ ce era bun și pozitiv în acest domeniu, și nu ceea ce era negativ... deoarece există și laturi negative în acest domeniu. Dar, pe de altă parte, orice lucru are și laturile sale negative.

După ce m-am retras din serviciu, în 1994, la vârsta de 47 de ani, liber din punct de vedere financiar, mi-am inițiat propriile cercetări legate de domeniul marketingului în rețea. Ori de câte ori mă invita cineva la o prezentare, mergeam să ascult ce aveau de spus. M-am alăturat câtorva companii de marketing în rețea atunci când mi-a plăcut prezentarea lor. Totuși, nu m-am implicat în acest gen de afaceri pentru a face mai mulți bani, ci pentru a cerceta aprofundat părțile pozitive și negative ale fiecărei companii. În loc să refuz din principiu această idee, am vrut să îmi formez propriile păreri. După ce am studiat câteva companii, am văzut care erau părțile negative evidente, precum genul de oameni stranii care se implică la început în asemenea afaceri ca să demareze afaceri proprii. Este adevărat că de acest gen de afaceri sunt atrași mulți visători, pungași, escroci, ratați și neisprăviți care doresc să se îmbogățească fără efort. Una dintre problemele majore din domeniul marketingului în rețea este aceea că, păstrându-și porțile deschise, permite să li se alăture oricine. Această politică a ușilor deschise reprezintă exact acea egalitate și dreptate pe care o pretind socialiștii. Totuși, nu am întâlnit prea mulți socialiști convinși în cadrul acestui gen de întâlniri de afaceri. Aceste afaceri sunt dedicate capitaliștilor sau cel puțin celor care speră să devină capitaliști.

„Firmele de marketing în rețea promovează politica ușilor deschise."

După ce am reușit să mă distanțez de hoardele de oameni ce se pretindeau altceva decât erau, pungași, respectiv visători, am început să mă întâlnesc, în sfârșit, și cu directorii unor companii. Cei pe care i-am întâlnit erau unii dintre oamenii cei mai

inteligenți, buni, etici, morali, spirituali și buni profesioniști pe care am avut ocazia să îi întâlnesc de-a lungul lungilor ani pe care i-am petrecut în mediul afacerilor. Odată ce am reușit să trec peste propriile mele prejudecăți, și am întâlnit oameni pe care să îi respect și față de care să mă simt apropiat din punct de vedere al concepțiilor, am ajuns în inima acestui gen de afaceri. În acel moment, am putut să înțeleg ceea ce nu putusem vedea până atunci. Puteam să judec ce era bine și ce era rău în acest domeniu.

Prin urmare, această carte este scrisă în parte pentru a răspunde întrebării: „Din moment ce tu nu te-ai îmbogățit prin construirea unei afaceri de marketing în rețea, de ce recomanzi altora să se implice în aceste afaceri?" Tocmai din cauză că nu mi-am creat averea prin acest gen de afaceri, pot să privesc obiectiv acest domeniu. Această carte descrie ceea ce percep eu ca fiind cu adevărat valoros în afacerile de marketing în rețea... valoare ce depășește simplul potențial de a câștiga mulți bani. În sfârșit am găsit un gen de afaceri în care se practică valori, precum inima largă și interesul profund pentru bunăstarea altor oameni.

Motivul principal pentru care sunt un suporter al acestui gen de afaceri este acela că am urât întotdeauna valorile promovate de către sistemul tradițional de învățământ. Îmi amintesc, de la vârsta de 16 ani, din primii ani de liceu, cum o profesoară de-a mea i-a spus unei prietene, pe nume Martha, că nu va reuși în viață pentru că nu se descurca prea bine la școală. Martha era o fată sensibilă și timidă. Aceasta a pus la suflet vorbele grele ale profesoarei. Martha a renunțat la școală cu doar câteva luni înainte de a o absolvi.

Problema pe care o am în legătură cu școala și cu lumea afacerilor este aceea că ele sunt similare. Este vorba despre un sistem în care cel mai puternic supraviețuiește. Dacă o persoană are probleme sau nu reușește să înțeleagă un lucru, sistemul o lasă în urmă. Cele două sisteme par a-și fi pierdut inima.

În timp ce lucra la firma Xerox, un prieten de-al meu a avut trei luni consecutive de vânzări slabe. În loc să îl ajute pe Ron, directorul de vânzări a început să îl amenințe, nu să îl învețe. Îmi amintesc perfect și în ziua de astăzi cum i-a spus: „Dacă nu

vinzi rapid ceva te voi concedia." Ron şi-a dat demisia o lună mai târziu.

Prin urmare, un alt motiv pentru care sunt suporter al domeniului de marketing în reţea este acela că, în majoritatea cazurilor, aceste companii sunt afaceri făcute din compasiune. Dacă doreşti să te ţii de treabă, să înveţi şi să studiezi după propriul tău ritm, compania va continua să fie de partea ta. Multe companii de marketing în reţea sunt afaceri ale şanselor cu adevărat egale. Dacă tu eşti dispus să investeşti timpul şi efortul necesare şi ele vor face acelaşi lucru. Chiar dacă nu mi-am dobândit averea prin intermediul afacerilor de marketing în reţea, sunt suporterul oricărei afaceri care are ca valori principale compasiunea faţă de oameni şi şansele egale.

În concluzie

Între 18 şi 27 de ani am fost fie într-o academie militară, dobândindu-mi educaţia superioară, fie în Corpul de Marină al Statelor Unite. În aceste două organizaţii valoarea principală este cu adevărat aceea de supravieţuire a celui mai puternic. În academie, dacă dădeai profesorilor răspunsul pe care voiau să îl audă absolveai. Dacă nu, picai. În Corpul de Marină, dacă făceai ceea ce fuseseşi învăţat în timpul antrenamentelor, supravieţuiai în timpul bătăliei. Războiul presupune într-adevăr supravieţuirea celor mai puternici.

Când m-am întors din războiul din Vietnam, am descoperit că doream să îmi schimb valorile în care credeam. Nu doream să fiu doar bun în jocul de supravieţuire al celui mai puternic (sau al celui mai inteligent), în care nu există decât învingători şi învinşi. Aceasta este misiunea declarată a Richdad.com: „să îmbunătăţească starea financiară a omenirii." Noi considerăm că, doar pentru că un copil nu se descurcă prea bine la şcoală şi nu obţine o slujbă bine plătită, acesta nu este un motiv pentru care să sufere din punct de vedere financiar tot restul vieţii.

Un alt motiv pentru care noi, cei de la Richdad.com, susţinem domeniul de marketing în reţea este acela că noi considerăm că mulţi, chiar dacă nu toţi cei din acest domeniu, împărtăşesc

aceeași misiune. Astăzi, dacă aș fi pus din nou în aceeași situație, în loc să îmi întrec colegii de clasă, completând mai rapid decât ei testele, sau decât să îmi ucid inamicii pe câmpul de luptă, sau să îmi înving concurenții în lumea afacerilor, aș prefera să lucrez alături de cei care doresc să îi ajute pe ceilalți să își atingă scopurile financiare și visurile fără a răni pe nimeni. După părerea mea, acestea sunt niște valori ce merită susținute.

Richdad.com a preluat jocul nostru, CASHFLOW *pentru copii*, și l-a transformat într-un joc interactiv on line. Jocul interactiv este însoțit, de asemenea, de cursuri complete de studiu în domeniu pentru copii între vârstele 5-12 ani. Acest joc interactiv și cursurile respective sunt oferite *gratuit* și *fără a conține vreun mesaj publicitar* în „rețeaua" de internet. Acesta este modul nostru de a ne revanșa și de a mulțumi pentru norocul cu care noi, ca firmă, am fost binecuvântați. Este și un mod de a ne reaminti să fim generoși, nu lacomi.

Cursurile și pasionantul joc interactiv predau tinerilor din întreaga lume aceeași educație financiară fundamentală și aceleași abilități pe care mi le-a inculcat mie tatăl bogat în copilărie. Cu ani de zile în urmă, John Lennon, unul dintre membrii Beatles, a învățat întreaga lume să cânte „Acordați păcii o șansă." Ceea ce spunem noi, la richdad.com, este „Acordați fiecărui copil o șansă." Oferiți fiecărui copil posibilitatea de a avea bazele unei educații financiare temeinice. Noi credem că una dintre cele mai bune modalități de a aduce pacea este prin încercarea eliminării sărăciei. Mai credem că modalitatea cea mai eficientă de eliminare a sărăciei este educația financiară, și nu prin oferirea ajutorului de natură financiară. După cum spunea tatăl bogat adeseori: „Dacă oferi bani unui sărac nu faci nimic altceva decât să îl încurajezi să rămână sărac în continuare."

În ziua de astăzi, multe companii de marketing în rețea participă la menținerea păcii oferind oportunități economice în întreaga lume. Astfel, firmele de marketing în rețea înfloresc în toate capitalele lumii, dar multe dintre ele funcționează și în țările din lumea a treia, aducând speranțe din punct de vedere financiar milioanelor de oameni ce trăiesc în țări împovărate de sărăcie. Majoritatea corporațiilor tradiționale pot supraviețui

numai acolo unde oamenii sunt bogaţi şi au bani de cheltuit. Este timpul ca oamenii din întreaga lume să aibă oportunităţi egale de a se bucura de o viaţă bogată şi îmbelşugată, în loc să îşi petreacă vieţile muncind din greu doar pentru a-i face pe cei bogaţi şi mai bogaţi. Dacă distanţarea dintre cei săraci şi cei bogaţi va continua să crească, va fi din ce în ce mai greu să acordăm păcii o şansă.

Următoarea valoare

Următorul capitol se ocupă de valoarea educaţiei capabile să îţi schimbe viaţa pe care o oferă multe dintre companiile de marketing în reţea. Dacă eşti pregătit să efectuezi schimbări financiare în viaţa ta, înseamnă că următorul capitol şi datele prezentate acolo ţi se adresează.

CAPITOLUL 4

A doua valoare: Educația financiară care îți schimbă viața

Nu totul se reduce la bani

„Avem cel mai bun plan de recompensare." Am auzit deseori această replică pe când cercetam diferite companii de marketing în rețea. Oamenii, dorind să îmi prezinte ocaziile pe care le oferea afacerea lor, îmi relatau povești despre oameni care realizau, datorită acestei afaceri, sute de mii de dolari pe lună. Am întâlnit, de asemenea, persoane care într-adevăr aveau profit de sute de mii de dolari pe lună din afacerile lor de marketing în rețea..., astfel încât nu am îndoieli legate de potențialul imens de câștig al unei afaceri de marketing în rețea.

Este adevărat că speranța de a face mulți bani atrage mulți indivizi în acest tip de afaceri. Totuși, nu recomand să puneți banii pe primul loc atunci când reflectați asupra unei afaceri de marketing în rețea.

Nu totul se reduce la produse

„Noi avem cele mai bune produse." Această afirmație reprezintă cel de-al doilea beneficiu care era accentuat la maximum atunci când, în cursul cercetării diferitelor companii de marketing în

rețea, asistam la prezentări. De asemenea, mi s-a părut interesant câte dintre prezentările companiilor axate pe vânzări de produse se bazau pe mărturii legate de modul în care aceste produse au schimbat viața unora sau a altora. În cadrul uneia dintre aceste prezentări, fondatoarea unei companii mi-a relatat cum a inventat o poțiune secretă pentru a-și salva mama muribundă care locuia în Iowa. În urma unor investigații, am aflat că mama sa nu trăise niciodată în Iowa, iar produsul pe care ea pretindea că îl inventase provenea dintr-un laborator din California, care oferea multor altor companii produse etichetate cu sigla respectivelor companii, fără a menționa numele adevăratului producător. După cum am spus și mai devreme, în orice afacere sau profesiune există mincinoși și escroci, în acest caz, escroace.

Să nu fiu nedrept, am avut ocazia să găsesc și unele companii de marketing în rețea care aveau produse extraordinare... unele dintre aceste produse le mai consum sau folosesc și în ziua de azi. Ceea ce încerc să susțin în acest capitol este că, deși planurile de recompensare și calitatea produselor sunt importante, ele nu sunt cele mai importante aspecte care trebuie luate în considerare în cadrul acestui gen de afaceri.

Există multe tipuri de afaceri dintre care să alegeți

În timpul investigațiilor mele asupra diferitelor companii de marketing în rețea, am fost extrem de surprins cât de multe produse și servicii felurite sunt oferite prin intermediul sistemului de marketing în rețea.

Prima oportunitate de afacere pe care am studiat-o în anii 70 era comercializarea de vitamine. Am încercat produsele respective și am descoperit că erau vitamine de o calitate excelentă. Și în ziua de astăzi folosesc unele dintre acele vitamine. Pe măsură ce mi-am continuat cercetările, am descoperit afaceri de marketing în rețea care se ocupau de următoarele categorii de produse de larg consum:

1. Cosmetice și alte produse de înfrumusețare și îngrijire a tenului;
2. Servicii telefonice;
3. Servicii imobiliare;
4. Servicii financiare/asigurări/fonduri mutuale/cărți de credit;
5. Servicii juridice;
6. Distribuție pe piața on line, vânzarea de produse la reducere din catalog (aproape orice produs ce se poate găsi într-un Wal-Mart);
7. Produse de îngrijire a sănătății, vitamine și alte produse și servicii legate de menținerea sănătății;
8. Bijuterii;
9. Servicii legate de contabilitate și taxe;
10. Jucării educative.

Iar lista continuă. Cel puțin o dată pe lună aflu despre o nouă companie de marketing în rețea cu o abordare nouă, legată de produsele oferite sau de planurile de compensare.

Cel mai important este planul educațional

Motivul primordial pentru care recomand o afacere de marketing în rețea este acela al sistemului ei de educație. Vă sfătuiesc să investiți timpul necesar pentru a reuși să aruncați o privire dincolo de produsele oferite și de planurile de recompensare, spre cercetarea atentă a miezului companiei și pentru a vedea dacă sunt cu adevărat interesați să vă antreneze și să vă învețe. Acest lucru necesită mai mult timp decât cel investit în simpla audiție a unei prezentări de trei ore în care se încearcă vânzarea unui produs, răsfoirea unui catalog ilustrat sau ascultarea poveștilor legate de sumele câștigate de oamenii care fac deja parte din această firmă. Pentru a afla cât de bună este educația ce vi se oferă este necesar să vă ridicați de pe canapeaua dumneavoastră și să le cercetați programele de studiu, seminariile și evenimentele educaționale. Dacă vă place ceea ce auziți în prezentarea lor inițială, făceți-vă timp să le întâlniți personal pe persoanele ce se ocupă de predare și instruire.

Cercetați cu atenție, pentru că multe companii de marketing în rețea susțin că au planuri de instruire extrem de bune. Dar am descoperit că unele dintre ele nu dețineau sistemul de învățământ pe care pretindeau să îl aibă. În unele companii pe care le-am investigat, singura instruire de care beneficiai consta într-o listă de cărți care îți erau recomandate, iar apoi se concentrau să te învețe cum să îți cooptezi familia și prietenii în afacere. Așadar, făceți-vă timp și studiați amănunțit acest subiect pentru că multe companii de marketing în rețea au într-adevăr planuri de educație și instruire excelente... după părerea mea, unele dintre cele mai bune tipuri de educație legate de afacerile din viața reală pe care le-am întâlnit vreodată.

Ce să căutați într-un plan de educație

Dacă mi-ați citit celelalte cărți, știți deja că eu provin dintr-o familie de profesori. Tatăl meu era directorul sistemului de învățământ al statului Hawaii. Deși provin dintr-o familie de profesori, nu agreez sistemul nostru de învățământ tradițional. Cu toate că am fost propus de către un membru al congresului spre a fi admis într-una dintre academiile militare federale de prestigiu din New York și am absolvit cu o diplomă în științe, sistemul tradițional de educație m-a plictisit. Am trecut prin perioada studenției și am absolvit facultatea, dar am fost rareori interesat sau provocat de către lucrurile pe care trebuia să le studiez.

După ce am absolvit, m-am înrolat în Corpul de Marină al Statelor Unite și am fost acceptat în programul de zbor al Flotei aeriene a Statelor Unite, la Pensacola, Florida. Războiul din Vietnam era în curs și era o nevoie stringentă de a fi antrenați cât mai mulți piloți. În timp ce făceam școala de pilotaj, am întâlnit genul de educație care m-a stimulat și provocat. Mulți dintre noi au auzit clișeul mult prea folosit: „Transformarea omizilor în fluturi." Ei bine, exact acest lucru se face la școala de pilotaj. Când am început școala de pilotaj eram deja un ofițer acreditat care trecuse prin patru ani de antrenament militar. Totuși, mulți dintre studenții admiși în școala de pilotaj veneau direct de pe băncile facultăților civile și semănau într-adevăr cu omizile. Fiind

timpul epocii Hippy, apăruseră unele personaje foarte stranii, îmbrăcate în haine civile, cu părul lung, bărbi și mustăți, unele purtând sandale în loc de pantofi, gata să înceapă un program de antrenament care urma să le modifice viața. Dacă supraviețuiau antrenamentelor, doi sau trei ani mai târziu, se transformau în fluturi — piloți capabili să facă față rigorilor unora dintre cele mai dure zboruri din lume.

Filmul *Top Gun*, al cărui actor principal a fost Tom Cruise, a relatat povestea unora dintre cele mai bune omizi pe care Școala de Pilotaj a Flotei Statelor Unite le-a transformat în fluturi. Înainte de a ajunge în Vietnam, am am fost și eu repartizat la San Diego, California, unde se află și școala Top Gun. Deși nu eram un pilot suficient de bun pentru a fi admis în acea școală prestigioasă, energia și încrederea pe care le afișau tinerii piloți din film erau similare modului în care cei mai mulți dintre noi gândeam în timp ce ne pregăteam să mergem la luptă. Am fost transformați din tineri neglijenți, care nu știau să zboare, în tineri antrenați, disciplinați și pregătiți din punct de vedere fizic, mental și emoțional să înfruntăm provocări pe care majoritatea oamenilor preferă să le evite. Modificările pe care le-am observat la mine și la colegii mei reprezintă ceea ce înțeleg eu prin „educație care îți schimbă viața." Odată ce am terminat școala de pilotaj și am plecat în Vietnam, viața mea nu a mai fost la fel. Nu mai eram aceeași persoană care intrase pe porțile școlii de pilotaj.

La mulți ani după terminarea școlii și a războiului, mulți dintre colegii mei piloți au avut un mare succes în lumea afacerilor. Atunci când ne întâlnim și ne amintim întâmplări din timpul războiului, remarcăm de multe ori faptul că antrenamentul din cadrul școlii de pilotaj a avut un impact enorm asupra succesului nostru în afaceri.

Prin urmare, atunci când vorbesc despre o educație de afaceri care să vă modifice viața, vorbesc despre o educație suficient de puternică să transforme o omidă într-un fluture, un proces denumit *metamorfoză*. Atunci când cercetați planul de educație al unei companii de marketing în rețea, vă recomand să alegeți un plan educațional care să aibă puterea de a vă schimba în asemenea măsură viața.

Totuşi, trebuie să vă avertizez, că, la fel ca şi la şcoala de pilotaj, nu toţi reuşesc să parcurgă un asemenea program.

Şcoala de afaceri a vieţii reale

Unul dintre cele mai mari avantaje ale şcolii de pilotaj era faptul că eram antrenaţi de piloţi care tocmai se întorseseră din războiul din Vietnam. Atunci când ne vorbeau o făceau pe baza unor experienţe trăite de ei. Una dintre nemulţumirile pe care le-am avut, legate de şcoala de afaceri tradiţională, pe care am frecventat-o pentru scurt timp, a fost aceea că mulţi dintre profesori nu aveau niciun fel de experienţă în afaceri. Acei profesori care avuseseră experienţe în lumea afacerilor reale erau angajaţii unor companii, în general, manageri de nivel mediu, şi nu fondatori ai unor companii.

Atunci când am mers la o şcoală de afaceri tradiţională, în Hawaii, studiind pentru a-mi obţine diploma de master în domeniul afacerilor, am descoperit că încercam deseori să învăţ *teorii* de management sau *teorii* economice predate de câte un manager de nivel mediu care muncea pentru vreo mare companie. Dacă, uneori, profesorul nu avea niciun fel de experienţă în domeniul afacerilor, era, deseori, o persoană care nu părăsise niciun moment sistemul de învăţământ. Cu alte cuvinte, intrase în sistemul de învăţământ la vârsta de 5 ani, la grădiniţă, şi rămăsese în sistemul de învăţământ, încercând să îşi înveţe studenţii despre lumea reală. După părerea mea, acest sistem de învăţământ era o glumă proastă.

Motivul pentru care frecventam cursurile de masterat ale acelei şcoli de afaceri era că doream să devin un întreprinzător, nu un angajat. Majoritatea managerilor de nivel mediu sau a profesorilor facultăţii nu aveau habar ce înseamnă să demarezi o afacere pornind de la zero. Majoritatea nu erau întreprinzători, ci simpli angajaţi. Cei mai mulţi dintre ei nu ştiau ce talente de afaceri erau necesare pentru a supravieţui pe străzile lumii reale, pentru că majoritatea nu călcaseră niciodată pe străzile afacerilor acestei lumi. Mulţi dintre ei părăsiseră turnul de fildeş al şcolilor pentru a intra în turnurile de fildeş ale lumii marilor afaceri. Cei

mai mulți erau dependenți de siguranța slujbei și de un salariu stabil. Cu alte cuvinte, aceștia se aflau în posesia unor magnifice teorii legate de afaceri, dar prea puțini aveau talent în afaceri, talent care să le permită să înceapă o firmă de la zero și să reușească să obțină o avere în lumea reală a afacerilor. Majoritatea nu ar fi putut să supraviețuiască fără a avea un salariu.

Am rezistat nouă luni în aceea școală de afaceri, apoi am renunțat, fără să îmi obțin vreodată diploma de master. Pentru mine, întoarcerea într-o școală de afaceri pentru a-mi obține diploma de master era similară cu întoarcerea într-o școală pentru omizi. După școala de piloți am vrut să găsesc o școală de afaceri care să mă învețe să devin fluture. În 1974, când am fost lăsat la vatră din cadrul Corpului de Marină, am mers la tatăl bogat, iar el mi-a oferit educația despre afaceri pe care o căutam. Școala de afaceri a tatălui bogat era o școală de afaceri ce punea accentul pe talentele care te îmbogățesc, și nu pe teoriile legate de modul în care funcționează o afacere și economia. Tatăl meu bogat spunea adesea: „ Abilitățile te fac bogat, nu teoriile."

„Abilitățile te fac bogat, nu teoriile."

Oare regret eu faptul că am renunțat la școala de afaceri? Da, uneori regret acest lucru. Totuși, mă aflu într-o bună companie. Bill Gates, Michael Dell, Steve Jobs și Ted Turner au renunțat și ei la școală. Întreprinzătorii din trecut, precum Thomas Edison și Henry Ford, au renunțat la rândul lor la școală. Eu cred că toți acești întreprinzători au perceput lumea afacerilor reale ca fiind un loc mult mai stimulant pentru a-și obține experiențele legate de afacerile din viața reală. Acești oameni au devenit niște fluturi imenși, schimbând pentru totdeauna lumea afacerilor.

Să nu mă înțelegeți greșit, multe dintre informațiile predate în școala de afaceri pe care am frecventat-o erau foarte utile pentru cei ce se ocupau de afaceri. Totuși, școala nu reușea să mă învețe acele șiretlicuri despre care știam că sunt necesare în lupta de zi de zi pentru a deveni întreprinzător. În schimb, școala de

afaceri tradiţională îmi aducea la cunoştinţă care sunt abilităţile necesare unui angajat. La scurt timp după ce am renunţat la şcoală, am iniţiat prima afacere cu portofele sport din nailon, care se închideau cu arici, afacere pe care am dezvoltat-o în întreaga lume, având peste 500 de reprezentanţe de vânzări. La vârsta de 30 de ani eram milionar, iar doi ani mai târziu firma dădea faliment. Deşi pierderea unei afaceri nu a fost o experienţă plăcută, a fost extrem de educativă. În acei trei ani am învăţat foarte multe, nu doar despre afaceri, ci şi despre mine însumi.

A întemeia şi a pierde o afacere internaţională era genul de educaţie care cu siguranţă nu se baza pe o teorie de afaceri. Pentru mine a fost o educaţie nepreţuită, care m-a îmbogăţit în final, dar, mai important decât atât, a fost o educaţie care m-a eliberat. Nu doream o educaţie care să mă fi transformat într-o omidă care deţinea o diplomă de master şi care îşi cauta de lucru. După faliment, tatăl bogat mi-a spus: „Banii şi succesul îl fac pe om arogant şi stupid. Acum, fiind sărac şi umilit poţi să începi să înveţi din nou."

Motivul pentru care am denumit această carte *Şcoala de afaceri pentru oameni cărora le place să îi ajute pe alţii* este pentru că pe asta se axează majoritatea afacerilor de marketing în reţea. Ele reprezintă o şcoală de afaceri pentru oamenii care vor să înveţe mai degrabă abilităţile unui întreprinzător din lumea reală, decât pe cele necesare unui angajat care doreşte să devină manager de nivel mediu, bine plătit în lumea marilor afaceri.

În timp ce frecventam unele cursuri ale afacerilor de marketing în reţea, am avut ocazia să-i cunosc pe directorii acestora, directori care erau proprietarii unor afaceri din viaţa reală, care îşi întemeiaseră firmele pornind de la zero. Mulţi dintre ei erau profesori foarte buni, pentru că predau lucruri cunoscute din experienţă, nu teorii. În timp ce participam la multe dintre seminariile lor de afaceri, deseori, mă surprindeam clătinând din cap în semn de încuviinţare, ascultând ce li se părea lor necesar pentru a supravieţui în jungla afacerilor reale. Totuşi, mai importantă decât educaţia pe care o ofereau aceşti directori, în legătură cu abilităţile necesare în lumea reală a afacerilor, era educaţia legată de atitudinea mentală şi emoţională necesară pentru a

obține succesul în această lume. Educația cu care m-am ales în urma acestor seminarii e neprețuită... neprețuită, mai ales pentru cineva care dorește să se transforme în fluture.

De multe ori, la sfârșitul seminarului, stăteam de vorbă cu instructorii. Am fost uimit de sumele pe care le câștigau, nu doar din afacerea lor, ci și din investiții. Mulți dintre ei realizau mult mai mult decât mulți directori generali executivi ai unor companii de vârf din lumea americană a marilor afaceri. Cu siguranță, câștigau mult mai mult decât instructorii pe care îi avusesem în școlile de afaceri tradiționale.

Dar acești directori mai aveau ceva în plus. Deși erau bogați și nu erau nevoiți să predea, erau profesori din pasiune, în dorința de a-și ajuta semenii. Unul dintre motivele acestei pasiuni este aceea că o afacere de marketing în rețea se bazează pe faptul că directorii încearcă să îi ridice la nivelul lor pe ceilalți, în timp ce, marile afaceri tradiționale sau afacerile guvernamentale se bazează pe promovarea unui număr mic de persoane și pe păstrarea masei mari de oameni mulțumită de un salariu stabil. Acești instructori din lumea marketingului de rețea *nu* spuneau: „Dacă nu aveți rezultate, vă veți pierde slujba." Spuneau, în schimb: „Lasă-mă să te ajut să ai performanțe din ce în ce mai bune." Mai spuneau: „Învață cât timp crezi tu că e necesar. Voi sta lângă tine și te voi învăța atâta timp, cât dorești să înveți. Suntem în aceeași echipă." Acesta este genul de educație de afaceri pe care eu personal aș dori să îl primesc.

Prin urmare, atunci când studiați o afacere de marketing în rețea, căutați-i pe oamenii situați în vârful ei, oameni care au deja succes în această afacere, iar apoi întrebați-vă dacă doriți să învățați de la ei.

Unele dintre cele mai importante subiecte legate de lumea reală, care sunt predate de către companiile de marketing în rețea sunt:

1. Atitudinea învingătorului
2. Abilități de conducere
3. Abilități de comunicare

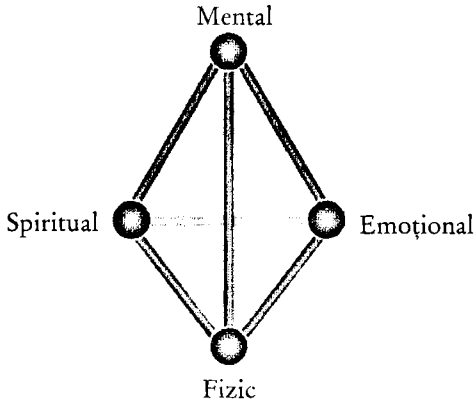
4. Înfrângerea propriilor temeri, a îndoielilor și a lipsei de încredere în sine
5. Înfrângerea fricii de respingere
6. Abilități de gestionare a banilor
8. Abilități de investitor
9. Abilități în contabilitate
10. Abilități de gestionare a timpului
11. Stabilirea țelurilor
12. Pregătirea psihică pentru succes

Oamenii de succes pe care i-am întâlnit în afacerile de marketing în rețea își dezvoltaseră aceste abilități în cursul programelor de educație ale firmelor de marketing în rețea. Indiferent dacă ajungeți în vârful sistemului de marketing în rețea sau dacă faceți mulți bani, această educație vă va fi de mare folos pentru tot restul vieții. Dacă planul educațional este bun, acesta vă poate îmbunătăți întreaga viață.

Ce este o educație care îți schimbă viața?

În continuare, aveți diagrama pe care am creat-o pentru a vă explica ce înțeleg eu printr-o educație ce vă va schimba viața. Observați că este un tetraedru, adică un poliedru cu patru fețe, cunoscut sub denumirea de piramidă..., iar piramidele Egiptului au supraviețuit secole întregi. Cu alte cuvinte, tetraedrele sau piramidele sunt niște structuri extrem de stabile. Scolasticii au fost convinși multe secole că legile universale ale naturii au la bază grupuri de câte patru elemente, iar în acest caz, patru fețe. Din această cauză, există patru anotimpuri, și anume: iarna, primăvara, vara și toamna. Pentru cei ce studiază astrologia există patru elemente principale, și anume: pământul, aerul, focul și apa. Atunci când vorbesc despre o educație care îți schimbă viața, modificările sunt tot în număr de patru. Cu alte cuvinte, pentru ca educația ce-ți schimbă cu adevărat viața să aibă efect, ea trebuie să atingă toate cele patru puncte ale Piramidei de Învățare: structurile mentale, emoționale, fizice și spirituale.

Piramida de Învățare:



Educația mentală

Educația tradițională se concentrează, în primul rând, pe educația mentală. Vă învață abilități, precum scrisul, cititul, aritmetica, fiecare reprezentând capacități extrem de importante. Acestea sunt deseori denumite capacități cognitive. Ce nu mi-a plăcut, mie personal, în învățământul tradițional, a fost modul în care acesta ignora aspectele educaționale legate de componentele emoționale, fizice și spirituale.

EDUCAȚIA EMOȚIONALĂ

Unul dintre aspectele pe care i le reproșez eu educației tradiționale este acela că exploatează sentimentele de spaimă... mai exact, teama de a nu greși, care conduce la frica de eșec. În loc să încerce să mă motiveze să învăț, profesorul folosea teama de eșec ca motivație, spunând lucruri de genul: „Dacă nu obții note bune, nu vei obține o slujbă bine plătită."

În plus, în timpul școlii, eram pedepsit atunci când greșeam. În școală, am învățat să îmi dezvolt sentimentele de teamă de eșec. Problema este că, în lumea reală, oamenii care ajung să avanseze sunt oamenii care fac greșeli și învață din ele.

Tatăl sărac, profesorul, credea că este un păcat să greșești. Tatăl bogat, pe de o altă parte, spunea: „Procesul nostru de

învățare se realizează prin greșeli. Învățăm să mergem pe bicicletă căzând și urcându-ne înapoi pe ea, căzând din nou, urcându-ne din nou pe ea." El mai spunea: „Este un păcat atunci când faci o greșeală și nu înveți din ea."

Explicând în continuare, el a spus: „Motivul pentru care atât de mulți oameni mint după ce greșesc este acela că sunt îngroziți emoțional să admită că au comis o eroare... prin urmare, pierd o oportunitate de a învăța și a se dezvolta. Noi învățăm prin faptul că greșim și admitem această greșeală fără a da vina pe altcineva sau a găsi justificări și pretexte. A face o greșeală și a nu o recunoaște, dând vina pe altcineva, este un păcat." De curând, am avut un președinte al Americii care și-a înșelat soția în Casa Albă. După părerea mea, mai grav decât adulterul a fost faptul că a mințit în legătură cu faptul că avusese o aventură atunci când a fost prins. Nu numai că minciuna este o slăbiciune de caracter, ea reprezintă și irosirea unei erori cu caracter pozitiv — a oportunității de a învăța ceva.

În lumea afacerilor tradiționale domină aceeași atitudine cu privire la greșeli. În lumea afacerilor, dacă faci o greșeală ești fie concediat, fie pedepsit. În lumea marketingului în rețea, ești încurajat să înveți făcând greșeli, corectându-le și devenind mai inteligent atât din punct de vedere mental, cât și emoțional. În timp ce învățam să fac vânzări, în lumea marilor afaceri, agenții de vânzări, care vindeau mai puțin decât se stabilise, erau concediați. Cu alte cuvinte, trăim într-o lume a fricii de eșec, nu a învățării. Acesta este motivul pentru care atâția oameni din lumea marilor afaceri rămân în stadiul de omizi. Cum poate să zboare o persoană dacă trăiește înfășurat strâns în coconul fricii de eșec propriu marilor corporații?

În lumea marketingului în rețea, directorul se concentrează asupra ajutorării celor care nu o duc prea bine și a încurajării lor spre a înainta, nu asupra concedierii lor. Probabil că nu ați fi învățat niciodată să mergeți pe bicicletă dacă ați fi fost pedepsit atunci când cădeați sau dacă ați fi luat o notă mică pentru mersul pe bicicletă.

Am un mai mare succes financiar decât majoritatea celorlalți oameni, nu pentru că am fost mai inteligent decât ceilalți, ci pen-

tru că am făcut mai multe greșeli. În marketingul în rețea sunteți încurajat să faceți greșeli, să le corectați, să învățați din ele și să vă dezvoltați. Pentru mine, acesta este genul de educație care îți schimbă viața. Atunci când reușești să te eliberezi de frică poți începe să zbori.

Dacă sunteți o persoană cu teamă de greșeli și de eșecuri, atunci consider că o afacere de marketing în rețea cu un program educațional foarte bun este extrem de binevenit pentru dumneavoastră. Am asistat la programe de educație ale marketingului în rețea care construiesc și refac încrederea de sine a omului... și odată ce aveți mai multă încredere în dumneavoastră, viața vă este schimbată pe veci.

EDUCAȚIA FIZICĂ

Oamenii care se tem să nu greșească nu învață mare lucru pentru că nu fac mai nimic. Majoritatea oamenilor știu că învățarea este un proces fizic în aceeași măsură în care este și un proces mental. Cititul și scrisul sunt procese fizice, în aceeași măsură în care este și a învăța să joci tenis. Dacă ai fost condiționat să cunoști toate răspunsurile corecte și să nu faci greșeli, există șanse mari ca procesul tău educațional să fie stânjenit. Cum poți progresa dacă știi toate răspunsurile, dar îți este teamă să încerci ceva?

Toate companiile de marketing în rețea pe care le-am studiat încurajează învățarea fizică în aceeași măsură în care încurajează și educația mentală. Te stimulează să mergi în lume și să îți înfrunți temerile acționând, făcând greșeli, învățând din greșeli și dezvoltându-te mental, emoțional și fizic, devenind mai puternic prin acest proces.

Educația tradițională te încurajează să înveți faptele, iar apoi te învață să te temi să faci greșeli, ceea ce te face să dai înapoi fizic. A trăi într-un mediu al fricii nu este sănătos din punct de vedere mental, emoțional, fizic și financiar. După cum am mai spus, nu am mai mulți bani pentru că sunt mai inteligent în sensul academic, ci pentru că am făcut mai multe greșeli, am admis că actele respective constituiau erori și am tras învățăminte din

aceste greşeli. Apoi am continuat făcând noi greşeli... şi aştept cu nerăbdare să fac noi greşeli şi în viitor... în timp ce majoritatea oamenilor se străduiesc extrem de tare să nu mai facă greşeli în viitor... acesta este exact motivul pentru care avem un viitor atât de diferit. Nu îţi poţi îmbunătăţi viitorul dacă nu eşti dispus să încerci ceva nou, riscând să comiţi erori şi să înveţi din ele.

Cele mai bune companii de marketing în reţea îşi încurajează oamenii să înveţe lucruri noi din punct de vedere mental, să acţioneze, să facă greşeli, să înveţe, să se corecteze şi să repete procesul. Aceasta este educaţia vieţii reale.

Dacă vă este teamă să greşiţi, dar ştiţi că este necesar să faceţi unele schimbări în viaţă, atunci un program bun de marketing în reţea ar putea reprezenta pentru dumneavoastră cel mai bun program de dezvoltare personală pe termen lung. O companie bună de marketing în reţea vă va lua de mână şi vă va conduce spre o viaţă în care veţi depăşi teama şi eşecul. În plus, dacă nu vă place să fiţi ţinut de mână nu o vor face.

S-a spus că, dacă doreşti să schimbi ce *face* o persoană, trebuie să-i schimbi modul de *gândire*. În ultimul timp, din ce în ce mai mulţi oameni subscriu la ideea că, dacă doreşti să schimbi modul de *gândire* al unei persoane, trebuie să schimbi mai întâi ce anume *face* acea persoană. Un lucru pozitiv din cadrul afacerilor de marketing în reţea este că se concentrează simultan asupra a ceea ce *faceţi* şi asupra a ceea ce *gândiţi*.

Problema sistemului tradiţional de învăţământ este aceea că în loc să vă corecteze, vă pedepseşte atunci când faceţi ceva greşit.

EDUCAŢIA SPIRITUALĂ

Simt că este important să încep prin a-mi expune propriul punct de vedere, înainte de a începe acest subiect fierbinte şi, de multe ori, încărcat emoţional. Prefer să folosesc termenul de spiritual în locul celui de religios din mai multe motive. După cum există companii bune de marketing în reţea şi companii rele de marketing în reţea, consider că există organizaţii religioase bune şi organizaţii religioase mai puţin bune. Mai exact, am

văzut organizații religioase care fortificau spiritual o persoană și altele care slăbeau spiritual o persoană.

Așadar, atunci când mă refer la educația spirituală, ea poate să includă sau nu educația religioasă. Atunci când vorbesc despre educația spirituală nu dau nume pentru că nu mă refer la cineva anume. Cu privire la religie, sunt susținător al Constituției Statelor Unite ale Americii, care garantează libertatea religioasă.

Motivul pentru care sunt precaut în legătură cu acest subiect este acela că am fost avertizat de la o vârstă fragedă: „Nu discuta niciodată despre religie, politică și bani". Sunt de acord cu acest sfat, pur și simplu, pentru că acest gen de subiecte pot fi sensibile și încărcate emoțional. Nu intenționez în niciun fel să vă jignesc simțămintele și credințele personale, ci să vă susțin dreptul de a le avea.

Dincolo de limitele umane

Atunci când vorbesc despre spiritul unei persoane, mă refer la puterea care ne împinge dincolo de limitele noastre mentale, emoționale și fizice... limite care, de multe ori, definesc condiția umană.

În timp ce eram în Vietnam, am văzut tineri răniți, care știau că erau muribunzi și totuși continuau să lupte pentru ca alții să trăiască. Un coleg de clasă, care majoritatea timpului petrecut în Vietnam a luptat în spatele liniilor inamice, a folosit o formulă extrem de potrivită atunci când a spus: „Sunt în viață astăzi pentru că morții continuau să se lupte." A continuat spunând: „De două ori am fost implicat în lupte în care am fost singurul supraviețuitor. Viața ta se schimbă atunci când înțelegi că prietenii tăi și-au dat viața pentru ca tu să continui să trăiești."

În nopțile dinaintea luptelor stăteam tăcut la prora portavionului, în timp ce valurile se spărgeau dedesubt. În acele lungi momente de tăcere făceam pace cu mine însumi. Înțelegeam că dimineața urma să înfrunt din nou moartea. În timpul uneia dintre aceste nopți lungi de tăcere și singurătate am înțeles că moartea de a doua zi ar fi reprezentat sfârșitul cel mai facil. Am înțeles că, în multe feluri, a trăi este mult mai dificil decât a muri.

Odată ce ajungeam să mă împac cu posibilitatea de a muri sau a trăi, alegeam cum anume doream să îmi petrec ziua următoare. Cu alte cuvinte, urma să zbor plin de curaj? Sau urma să zbor temător? Odată ce făceam această alegere, îmi invocam spiritul uman să mă ajute să trec de ziua următoare, să zbor și să lupt cât de bine puteam, indiferent care urma să fie rezultatul.

Războiul este un eveniment oribil. El îi determină pe oameni să facă lucruri oribile altor ființe umane. Dar tot războiul este cel care scoate la iveală ce este mai bun din om. În timpul războiului, am dobândit un simț al puterilor mele umane mult mai presus decît limitările condiției umane. Mai mult decât atât, fiecare dintre noi avem această putere. Eu știu că și dumneavoastră o aveți.

Vestea cea bună este aceea că nu trebuie să mergeți la război pentru a fi martorii acestei puteri. Într-o zi, același spirit uman mi s-a revelat, atunci când am văzut o competiție sportivă în care participau tineri și tinere cu handicap fizic. Sufletul lor m-a mișcat profund, atunci când am văzut tineri, unii lipsiți de picioare, sprintând pe protezele lor, alergând din toată inima și din tot sufletul. Mi-au dat lacrimile văzând o tânără cu un singur picior alergând din toată inima. Îi vedeam durerea provocată de alergarea sprijinită în proteză; dar durerea fizică nu se putea compara cu puterea spiritului ei. Deși nu a câștigat cursa, mi-a câștigat inima. Mi-a atins profunzimile sufletului și mi-a amintit ceea ce uitasem. În acel moment, mi-am dat seama că toți acești tineri alergau atât pentru ei, cât și pentru noi.

Ni se reamintește deseori, în filme, puterea spiritului uman. În filmul *Brave Heart*, Mel Gibson călărește în fruntea unei mulțimi dezordonate de fermieri scoțieni, îngroziți de puternica armată engleză aflată în fața lor, și răcnește din adâncul sufletului: „Ne pot ucide trupurile, dar nu ne pot lua libertatea". În acel moment, profunzimea spiritului său uman s-a îndreptat către sufletul celorlalți. Impresionându-le spiritul, îi face să-și depășească emoțiile, teama și îndoiala cauzate de lipsa antrenamentului și de deținerea unui armament inferior. El le-a aprins spiritul pentru ca astfel să înainteze și să învingă cea mai puternică armată a lumii.

Am observat că și directorii de succes ai marketingului în rețea au fost antrenați să își dezvolte această abilitate de a impresiona direct spiritul uman. Au abilitatea să atingă acel sâmbure de grandoare în cei care îi urmează și să îi inspire să avanseze, să înainteze dincolo de limitele condiției lor umane, să treacă dincolo de spaimele și îndoielile lor. Aceasta este puterea educației care îți schimbă viața.

Tatăl bogat mi-a spus deseori, mai ales, când nu aveam bani, când îmi lipsea încrederea în mine și soluțiile: „Există trei persoane în fiecare dintre noi. Este o persoană bogată, una săracă și una din clasa de mijloc. Ține de tine să descoperi care vrei să iasă la suprafață". Tatăl bogat mai spunea: „Lumea afacerilor și a investițiilor este alcătuită din două emoții. Acestea sunt lăcomia și teama. Motivul pentru care majoritatea oamenilor nu sunt bogați nu este lipsa lăcomiei, ci teama. Dacă vrei să te îmbogățești, trebuie să îți depășești temerile și să zbori." După părerea mea, cea mai bună cale de a-ți depăși teama este să-ți regăsești spiritul, iar crearea acestei conexiuni este ceea ce realizează multe companii de marketing în rețea.

Cuvântul educație înseamnă *a scoate la iveală*. Una dintre nemulțumirile pe care o am în ceea ce privește învățământul tradițional este aceea că se bazează mai degrabă pe teama de eșec decât pe provocarea de a învăța din propriile greșeli. După părerea mea, educația tradițională are menirea de a scoate la iveală persoana de clasă mijlocie din interiorul fiecăruia dintre noi.... persoanele care se tem de nesiguranță au nevoie de o slujbă, de un venit sigur, trăiesc cu teama de a face greșeli și se îngrijorează ce ar crede despre ei prietenii lor dacă ar face ceva diferit. Motivul, pentru care sprijin ideea companiilor de marketing în rețea și pentru care am denumit această carte *Școala de afaceri pentru oameni cărora le place să îi ajute pe alții,* este acela că genul de educație pe care l-am întâlnit în companiile de marketing în rețea era educația menită să *scoată la iveală* omul bogat din interiorul dumneavoastră. Eu respect acest gen de educație care îți schimbă viața.

În legătură cu acest subiect, revista *Forbes* definește o persoană bogată ca fiind o persoană care câștigă un milion de dolari

pe an sau mai mult. O persoană săracă este definită ca fiind cineva ce câștigă sub 25 000 de dolari pe an. Întrebarea nu este cât câștigi acum. Întrebarea corectă este: „Te pregătește slujba ta curentă să câștigi 1 milion de dolari sau mai mult?" Dacă nu, poate ar fi cazul să încerci să obții o educație mai bună.

În concluzie

Atunci când mi-am pierdut prima firmă, afacerea cu portofele sport din nailon prinse cu arici, tatăl bogat m-a felicitat. El mi-a spus: „Tocmai ai plătit prețul unei educații de multimilionar. Ești pe drumul cel bun să devii foarte bogat". El a mai spus: „Motivul pentru care majoritatea oamenilor nu găsesc persoana bogată din interiorul lor este acela că persoana săracă din interior încă mai crede că este rău să faci greșeli".

După părerea mea, diferența dintre valorile educației formale și cele ale educației ce-ți schimbă viața reprezintă diferența dintre a învăța din propriile greșelui și de a fi pedepsit pentru ele. Accentuarea spiritului uman — un spirit suficient de puternic pentru a depăși orice lipsă a talentului mental, emoțional sau fizic versus pedepsirea oamenilor pentru greșeli.

Următoarea valoare

Tatăl sărac aprecia siguranța slujbei. Tatăl bogat aprecia libertatea financiară. În următorul capitol vom discuta valoarea ce face diferența dintre o persoană care își caută o slujbă și cea care caută libertatea financiară. Totul începe prin schimbarea cadranului. Cu alte cuvinte, veți afla de ce schimbarea slujbei nu înseamnă schimbarea vieții.

CAPITOLUL 5

A treia valoare: Prietenii care te ajută să te ridici, nu cei care te trag în jos

„Ce vor spune prietenii mei?" este o întrebare sau o îngrijorare pe care am auzit-o de multe ori, în timp ce frecventam seminariile educaționale realizate de câte o companie de marketing în rețea. „Vor crede că am înnebunit" este o altă preocupare.

Pentru mulți oameni, chiar dacă oportunitatea de afaceri pare bună și își doresc să efectueze schimbări ale stării lor financiare, unul dintre cele mai importante obstacole era ce ar gândi prietenii și familia lor dacă ei ar iniția o afacere de marketing în rețea.

Într-o seară, o femeie ce își creștea singură copiii se afla în fața a circa 30 de invitați care veniseră să vadă prezentarea unei oportunități de marketing în rețea. Mama singură le povestea cum a părăsit-o soțul, lăsând-o singură cu patru copii. În loc să meargă să ceară un ajutor social, această tânără și curajoasă mamă a povestit grupului cum a început o afacere de marketing în rețea și cum a ajuns să câștige peste 60 000 de dolari pe an, lucrând cu jumătate de normă, creșterea copiilor reprezentând pentru ea un serviciu cu normă întreagă. Ea a spus grupului că această afacere îi oferise siguranță, speranță, control asupra propriei vieți și, mai presus de toate, suficient timp pentru a sta cu copiii. În încheiere, a spus: „Pe lângă asta, în zece ani de acum înainte voi

fi milionară, pentru că afacerea continuă să crească. Nu aş fi putut realiza niciodată toate acestea dacă mi-aş fi păstrat vechea slujbă. Nu aş fi realizat niciodată toate acestea fără ajutorul oamenilor din cadrul acestei afaceri."

Pentru ea, nu banii erau prioritari. Această afacere îi oferise şansa unei noi vieţi. Putea să viseze din nou la lucruri pe care nu le mai visase de ani de zile. În perioada dedicată întrebărilor şi răspunsurilor din cadrul respectivului seminar ea a spus: „Îmi permit să îmi susţin financiar copiii în facultate, iar ei nu vor fi obligaţi să aibă grijă de mine atunci când voi îmbătrâni. Nu voi reprezenta o povară pentru ei. Acest lucru reprezintă o uşurare. Acest gând îmi oferă o pace interioară extrordinară."

Atunci când întâlnirea s-a încheiat, i-am mulţumit persoanei care mă invitase la acea prezentare. Îndreptându-mă spre uşă, am fost abordat de un tânăr manager, un alt invitat, care m-a întrebat: „Ce părere v-aţi făcut despre toate astea?"

„Cred că a fost o prezentare foarte bună," i-am răspuns eu.

„Da, a fost, într-adevăr. Dar sună cam prea bine pentru a fi adevărat," a spuse el, în timp ce-şi cauta cheile în servietă.

„De ce nu investiţi puţin timp pentru a afla dacă este adevărat sau nu?" i-am sugerat, „Poate că este tocmai ceea ce căutaţi."

„Nu, nu aş putea să fac aşa ceva. Ştiţi ce părere ar avea prietenii mei de la birou dacă le-aş spune că încep o afacere de marketing în reţea? Ar râde până nu ar mai putea. Ştiţi cum sunt băieţii."

Clătinând din cap, am zâmbit şi am spus: „Da, ştiu cum sunt băieţii." El a urcat în maşina lui, iar eu în a mea şi fiecare am demarat în noapte.

Partea cea mai grea

În 1976, afacerea mea cu portofele sport din nailon prinse cu arici era lansată. Împreună cu doi prieteni, o iniţiasem pornind de la zero, în timp ce lucram cu normă întreagă pentru compania Xerox. Ştiam că nu puteam să mai lucrez în cadrul Xerox pentru multă vreme pentru că afacerea cu portofelele sport începuse să îşi ia avânt şi îmi cerea din ce în ce mai mult timp. Îmi aduc aminte de momentul în care am spus câtorva prieteni că va

trebui să renunț la slujba de la Xerox și să mă ocup cu normă întreagă de afacerea cu portofelele sport.

„Ești nebun," mi-a spus unul dintre directorii de rang foarte înalt al departamentului vânzări. „O să eșuezi."

„Știi cât de mulți oameni își doresc să lucreze pentru firma Xerox?" mi-a spus un alt director de nivel înalt. „Ai o slujbă extrem de bună, beneficii și o oportunitate de promovare. Iar dacă nu faci prostii, poți ajunge director general de vânzări. De ce ai risca să pierzi o slujbă atât de bună?"

„Te vei întoarce la noi," a spus o altă persoană din departamentul de vânzări. „Am văzut sute de oameni ca tine. Oameni care se cred magnifici. Părăsesc compania, eșuează și se întorc cu coada între picioare... dacă le-a mai rămas vreun ciot de coadă."

Cei șase bărbați și două femei, angajați la departamentul vânzări, au râs la această remarcă și au continuat să vorbească despre cine urma să câștige meciul de baschet în acea seară. Am înțeles că vorbisem despre visurile și afacerile mele cu oameni nepotriviți. Am înțeles că mă adresasem unor oameni care mă trăgeau în jos.

Mulți ani mai târziu, după acea întâlnire de marketing în rețea, când tânărul acela mi-a spus: „Nu, nu aș putea să fac așa ceva. Știți ce părere ar avea prietenii mei de la birou dacă le-aș spune că încep o afacere de marketing în rețea? Ar râde până nu ar mai putea. Știți cum sunt oamenii." Știam exact la ce se referea.

După părerea mea, partea cea mai dificilă atunci când am părăsit o slujbă sigură și am început o afacere a fost modul de a înfrunta atitudinea prietenilor, al familiei și colegilor mei, remarcile și gândurile lor. Pentru mine asta a fost partea cea mai grea.

Schimbarea cadranelor, nu a slujbei

De câte ori ați auzit spunându-se următoarele lucruri?

1. „Mi-aș dori să demisionez."
2. „M-am săturat să trec de la o slujbă la alta."
3. „Mi-ar plăcea să câștig mai mulți bani, dar nu îmi pot permite să o las baltă și s-o iau de a capăt într-o nouă firmă. Și nu vreau să mă întorc la școală să învăț o altă meserie."

4. „De fiecare dată când primesc o mărire de salariu o mare parte a acelei sume este înghițită de impozite."
5. „Muncesc din greu, dar singurii care se îmbogățesc sunt proprietarii companiei."
6. „Muncesc din greu, dar nu reușesc să înaintez din punct de vedere financiar. Trebuie să încep să mă gândesc la pensie."
7. „Mi-e teamă că voi părea demodat datorită dezvoltărilor tehnologice sau a apariției unui muncitor mai tânăr."
8. „Nu pot să continui să muncesc atât de mult. Sunt prea bătrân pentru asta."
9. „Am făcut facultatea să devin dentist, dar m-am săturat de această muncă."
10. „Pur și simplu, vreau să fac ceva diferit și să întâlnesc oameni noi. M-am săturat să îmi pierd timpul în compania unor persoane lipsite de ambiție care nu reușesc să facă nimic. M-am săturat să îmi petrec timpul cu oameni care lucrează atât cât este nevoie... pentru a nu fi concediați, și m-am săturat să lucrez pentru o companie care ne plătește atât cât este suficient... ca să nu ne dăm demisia."

Acestea sunt afirmații care pot fi auzite deseori din partea oamenilor prinși în capcana unuia dintre cele patru cadrane în care se împarte fluxul de numerar. Acestea sunt comentariile unor oameni care doresc să își schimbe poziția în acest cadran. Din nefericire, în loc să își schimbe poziția, își schimbă doar slujba.

Ce sunt cadranele fluxului de numerar?

Cea de a doua carte scrisă de mine în seria „Tatăl bogat" este *Cadranul Banilor*. Mulți oameni susțin că aceasta este cea mai importantă carte a mea, mai ales, pentru cei pregătiți să își modifice viața... o transformare mult mai mare decât simpla schimbare a slujbei. Diagrama de mai jos reprezintă cadranele de împărțire a fluxului de numerar ale tatălui bogat.

A provine de la angajat
L provine de la liber profesionist, patron al unei mici afaceri
P provine de la Patron
I provine de la Investitor

Cum puteți afla din ce cadran faceți parte?

Ca să aflați în ce cadran vă situați, stabiliți din care dintre cele patru cadrane vă provin banii. De exemplu, dacă sursa dumneavoastră de venituri este o slujbă și primiți regulat un salariu din partea unei companii sau afaceri al cărei proprietar nu sunteți, atunci banii dumneavoastră provin din cadranul A. Dacă majoritatea banilor dumneavoastră provin din investiții, atunci sunteți investitor, o persoană situată în cadranul I. Dacă sunteți proprietarul unei afaceri mici, de exemplu, doctor sau avocat, o persoană care este plătită exclusiv prin comision, precum un agent imobiliar, atunci probabil că vă situați în cadranul L. În final, dacă sunteți patronul unei afaceri mari, al unei firme cu peste 500 de angajați, atunci vă aflați în cadranul P.

Cadranele diferite implică valori diferite

Acum mulți ani, tatăl bogat mi-a explicat că diferitele cadrane implică și valori diferite. De exemplu, indiferent dacă o persoană

aflată în cadranul A este om de serviciu sau președinte al unei companii, cei doi sunt uniți prin același set de valori fundamentale. O persoană din cadranul A, fie ea om de serviciu, fie președinte, va rosti de multe ori cuvinte de genul: „Caut o slujbă sigură, garantată și bine plătită." Sau : „Cu cât suntem plătiți pentru orele suplimentare?" sau: „Câte zile libere primim?" Cu alte cuvinte, siguranța este o valoare fundamentală pentru cei aflați în cadranul A.

VALORILE CADRANULUI L

Pentru cei situați în cadranul L valoarea fundamentală este independența. Ei își doresc libertatea să facă ce vor. Atunci când o persoană spune: „Îmi dau demisia și am să mă descurc pe cont propriu," de cele mai multe ori se mută din cadranul A în cadranul L.

Oamenii situați în cadranul L sunt proprietarii unor întreprinderi mici, de genul micilor afaceri familiale, a specialiștilor și a consultanților. Am un prieten care instalează televizoare cu ecran mare, sisteme telefonice și sisteme de securitate pentru casele celor bogați. El are trei angajați și este fericit să fie angajatorul a numai trei oameni. Este un om puternic, din cadranul L, care muncește din greu. Oamenii care efectuează vânzări și sunt plătiți prin comision, precum agenții imobiliari sau agenții de asigurări sunt, de asemenea, în cadranul L. Acest cadran mai este plin de profesioniști, precum doctorii, avocații și contabilii care nu sunt încadrați într-o firmă mare, medicală, de avocatură sau de contabilitate.

Și pe cei aflați în cadranul L îi recunoști după unele moduri tipice de exprimare, dar de data aceasta ei vor spune lucruri de genul: „Dacă vrei ca o treabă să fie făcută bine, fă-o singur." Sau: „La mine găsiți cele mai bune produse". Dacă ar avea un imn acesta ar fi: „Nimeni nu face lucrurile mai bine decât mine". În mijlocul celor din cadranul L, dincolo de fațada independenței, de multe ori poate fi găsită o lipsă acută de încredere în ceilalți.... încrederea că altcineva ar putea face lucrurile mai bine decât ei.

Modul în care este plătit un om din cadranul L este de cele mai multe ori prin comision sau pe oră. De exemplu, cineva din cadranul L va putea fi auzit spunând lucruri de genul: „Comisionul meu este de 6 la sută din valoarea totală a comenzii". Sau: „Tariful meu este de 100 de dolari pe oră". Sau: „Plata mea este de 10 la sută din valoarea materialelor folosite."

Oamenii din cadranul L sunt echivalentul în afaceri al lui John Wayne. Îi puteți auzi spunând: „Am să o rezolv pe cont propriu".

VALORILE CADRANULUI P

Oamenii care pleacă de la zero și demarează afaceri mari și care se încadrează în cadranul P, sunt deseori oameni care au o misiune care îi ghidează în viață. Pun mare preț pe echipele bune și pe munca de echipă eficientă și vor să servească și să lucreze cu cât mai mulți oameni. În această carte, i-am menționat deja pe Thomas Edison, fondatorul companiei General Electric; Henry Ford, fondatorul companiei Ford Motor; și Bill Gates, fondatorul firmei Microsoft, care, cu toții, fac parte din cadranul P.

În timp ce o persoană aflată în cadranul L dorește să fie cel mai bun pe domeniul său, de multe ori, o persoană din cadranul P îi caută pe cei mai buni din domeniul lui pentru a-i invita să se alăture echipei lui. Henry Ford, de exemplu, s-a înconjurat de oameni cu mult mai inteligenți decât el. Un om de afaceri din cadranul L este de multe ori persoana cea mai inteligentă dintr-o echipă mică, de exemplu, un doctor sau un consultant.

Atunci când este vorba de finanțe, o persoană care se află cu adevărat în cadranul P poate să renunțe la afacerea sa și totuși să fie plătit în continuare. În cele mai multe cazuri, dacă o persoană din cadranul L încetează munca, încetează să și mai aibă venituri. Prin urmare, una dintre întrebările la care ar trebui să răspundeți ar fi: „Dacă aș înceta astăzi să mai lucrez, ce venituri aș avea?" Dacă veniturile dumneavoastră ar înceta în șase luni sau chiar mai puțin, atunci probabil că vă aflați în cadranele A sau L. O persoană aflată în cadranul P poate să înceteze să mai muncească timp de ani întregi, fără ca veniturile să se oprească.

VALORILE CADRANULUI I

Cei din cadranul I apreciază libertatea financiară. Investitorii adoră ideea că nu ei, ci banii lor, lucrează.

Investitorii investesc în multe. Pot să investească în monede de aur, proprietăţi imobiliare sau hârtii de valoare, precum acţiunile, obligaţiunile sau fondurile mutuale.

Dacă veniturile dumneavoastră provin din vreun plan de pensie privată sau guvernamentală, şi nu din propriile investiţii, atunci este vorba despre venituri care îşi au originea în cadranul A. Cu alte cuvinte, şeful dumneavoastră sau afacerea în care aţi lucrat îşi plătesc datoriile pentru anii în care dumneavoastră le-aţi adus servicii.

Cuvintele care pot fi auzite din partea unui investitor sunt: „Mi se returnează 20% din valoarea impozitelor plătite pentru bunurile mele." Sau: „Arată-mi rapoartele financiare ale companiei", sau: „Care sunt costurile reparaţiilor urgente care au fost amânate de către foştii proprietari ai acestei proprietăţi?"

Cadrane diferite, investitori diferiţi

În lumea de astăzi, fiecare dintre noi trebuie să fim investitori. Totuşi, sistemul nostru de învăţământ nu ne învaţă prea mult despre investiţii. Ştiu că unele şcoli te învaţă să alegi acţiunile la bursă, dar din punctul meu de vedere acest lucru nu înseamnă a investi. Pentru mine, a juca la bursă este echivalentul unui joc de noroc, nu a unei investiţii.

Cu ani în urmă, tatăl bogat m-a atenţionat că majoritatea angajaţilor investesc fie în fonduri mutuale, fie în economii. El a mai spus: „De cele mai multe ori, doctorii sunt cei mai proşti investitori." El a mai spus: „Doar pentru că ai succes într-un cadran, precum în A, L sau P, nu înseamnă neapărat că vei avea succes şi în cadranul I".

Tatăl bogat m-a mai atenţionat şi că persoanele aflate în cadrane diferite investesc în moduri diferite. De exemplu, o persoană aflată în cadranul L v-a fi auzită spunând: „Nu vreau să investesc în proprietăţi imobiliare, pentru că nu vreau să ajung să

repar toalete." O persoană aflată în cadranul P, pusă în fața aceleiași oportunități de investiție, ar putea spune: „Vreau să angajez o firmă de întreținere a proprietăților care să îmi repare toaletele și în timpul nopții." Cu alte cuvinte, un investitor din cadranul L va considera că va trebui să întrețină de unul singur proprietatea, în timp ce un investitor din cadranul P va angaja o altă firmă care să întrețină proprietatea în locul lui. Oameni diferiți, moduri diferite de gândire, cadrane diferite, valori diferite.

Dacă ați dori să aflați mai multe despre oamenii diferiți și situați în cadrane diferite, ar trebui să citiți cartea a doua a seriei Tată Bogat, *Cadranul Banilor,* pentru a obține mult mai multe detalii interesante. După cum am menționat mai devreme, mulți oameni afirmă că volumul *Cadranul Banilor* este cartea de căpătâi a celor care sunt gata să facă schimbări în viață.

O afacere de marketing în rețea este o afacere din cadranul P

Afacerea de marketing în rețea este destinată oamenilor care doresc să intre în lumea celor din cadranul P. De ce este marketingul în rețea o afacere din cadranul P? Răspunsul este acela că sistemul de afaceri de marketing în rețea este conceput să se întindă la mult peste 500 de oameni. De asemenea, venitul potențial într-o afacere de marketing în rețea este nelimitat, teoretic, în timp ce venitul potențial pentru cadranele A și L este deseori limitat la cât anume puteți dumneavoastră ca individ să produceți. Într-o afacere de marketing în rețea, poți câștiga atâta cât poate câștiga rețeaua ta. Poți să câștigi foarte mult dacă îți construiești o rețea mare.

După ce ai construit o afacere de marketing în rețea de dimensiuni mari, următorul pas este acela de a te muta din cadranul P în cadranul I. Cel puțin așa mi-a recomandat tatăl bogat și așa am făcut eu. Colegii mei din departamentul de vânzări, cei care au râs de mine pentru că renunțam la slujba de la Xerox pentru a-mi deschide propria afacere, sunt și în ziua de astăzi angajați în domeniul de vânzări. Nu și-au schimbat niciodată ideile și valorile fundamentale, ca atare, nu și-au schimbat

nici cadranul. Știu că în prezent unii dintre ei sunt îngrijorați să nu își piardă slujba, iar unii dintre ei nu au suficienți bani pentru a se pensiona. Cu alte cuvinte, au petrecut prea mult timp în cadranele A și L.

Ce vreți să fiți când veți crește?

În copilărie, tatăl sărac îmi spunea deseori: „Mergi la școală și ia note bune pentru a putea avea o slujbă sigură. El mă programa pentru cadranul A.

Mama îmi spunea deseori: „Dacă vrei să devii bogat, ar trebui să te faci doctor sau avocat. În felul acesta, vei avea întotdeauna o meserie pe care să te bazezi." Ea mă programa pentru cadranul S.

Tatăl bogat mi-a spus: „Dacă vrei să devii bogat, ar trebui să te ocupi de propriile afaceri." Tatăl bogat îmi recomanda să învăț să devin patron și investitor.

Când m-am întors din Vietnam a trebuit să mă hotărăsc pe care dintre tați să îl ascult. Privind cadranul fluxului de numerar,

a trebuit să îmi pun singur întrebarea: „În care cadran am cele mai mari șanse de succes financiar?". Știind că nu doream să fiu angajat toată viața, și nici nu doream să merg la școală pentru a deveni doctor sau avocat, am înțeles că șansele cele mai bune le găseam în cadranele P și L. Știam că pentru mine cadranele P și

L erau cele mai bune, pur și simplu pentru că doream să fiu multimilionar și nu doream să primesc ordine sau să muncesc din greu toată viața ca să pot să câștig milioanele de dolari respective. În prezent, câștig milioane de dolari fără să fie necesar să merg la serviciu sau să lucrez din ce în ce mai greu. Muncesc mai puțin și câștig mai mult pentru că mă folosesc de puterea rețelelor.

Acum este rândul *dumneavoastră* să priviți cadranele. Întrebarea pe care ar trebui să v-o puneți este: „Care cadran sau cadrane mi s-ar potrivi cel mai bine?"

Unul dintre motivele pentru care mulți oameni nu reușesc să aibă succes în viață este acela că nu schimbă cadranele... majoritatea oamenilor își schimbă doar slujbele. De aceea, auziți despre oameni care își schimbă slujbele mai des decât ciorapii sau îi auziți oameni spunând: „ Am găsit slujba perfectă." Chiar și dacă își găsesc slujba perfectă, tot nu reușesc să modifice prea multe, pentru că nu și-au modificat cadranul.

„O schimbare de cadran implică o schimbare a valorilor și a prietenilor".

Unul dintre avantajele afacerilor de marketing în rețea este acela că aceste afaceri abundă de oameni noi, dintre care unii vor putea să devină noii tăi prieteni. Pentru mine, cel mai greu lucru, atunci când am părăsit firma Xerox, a fost că majoritatea prietenilor și membrilor familiei se aflau în cadranul A. Aveau valori diferite față de ale mele. Considerau importante siguranța și venitul sigur, în timp ce eu consideram esențiale libertatea și independența financiară.

Dacă luați în calcul schimbarea cadranelor și vă gândiți la afacerile de marketing în rețea, aveți un avantaj major față de mine. O afacere de marketing în rețea oferă susținere unui grup mare alcătuit din oameni care gândesc la fel ca dumneavoastră — oameni care vă împărtășesc aceleași valori fundamentale, valorile cadranului P — oameni care doresc să vă ofere sprijin. Eu nu îi

aveam de partea mea decât pe tatăl bogat şi pe fiul său. Toţi ceilalţi credeau că sunt nebun, şi poate eram. Totuşi, să rămân la compania Xerox doar pentru că aveam nevoie de o slujbă sigură şi de venituri stabile nu era un motiv destul de bun.

Prietenii pe care i-am lăsat în urmă la Xerox continuă să îmi fie buni prieteni. Ei îmi vor fi întotdeauna prieteni pentru că au fost lângă mine în timpul unei faze de tranziţie a vieţii mele. Totuşi, pentru mine era momentul să trec mai departe. Dacă a sosit şi pentru dumneavoastră momentul să treceţi mai departe, iar cadranul P vă atrage, poate că veţi dori să vă alăturaţi unei afaceri de marketing în reţea şi să începeţi să întâlniţi noi prieteni.

În ce cadran se află prietenii dumneavoastră?

În prezent, am prieteni în fiecare dintre cele patru cadrane. Totuşi, prietenii mei de bază se află în cadranele P şi I. Una dintre dificultăţile pe care le am atunci când comunic cu oamenii este aceea că sunt întotdeauna conştient de cadranul şi de valorile lor. Am observat că, atunci când vorbesc despre afaceri sau investiţii cu o persoană din cadranul A fie nu mă înţelege până la capăt, fie e înspăimântată de ceea ce spun. De exemplu, dacă spun cuiva din cadranul A: „Aş vrea să îmi deschid propria afacere," ei ar putea să răspundă: „Nu este cam riscant?". Ceea ce încerc să spun este că vorbim din perspectiva unor valori diferite. Ceea ce mă stârneşte pe mine este înspăimântător pentru altcineva. Ca atare, în loc să risc să îmi sperii prietenii din cadranele A şi L, voi discuta despre vreme, sport şi programul TV.

Mulţi oameni care se află deja în sistemul de afaceri al marketingului în reţea se folosesc de Cadranele de împărţire a fluxului de numerar ale tatălui bogat ca mijloc de explicare a propriei lor afaceri.

Ei desenează cadranul de pe pagina următoare:

Apoi încep să explice diferențele din cadrul valorilor fundamentale pentru persoana care este interesată să își înceapă propria afacere de marketing în rețea. Mulți dintre ei spun că, prin folosirea acestei diagrame, potențialul patron al unei noi afaceri consideră lucrurile ca fiind mai ușor de înțeles și mai încurajatoare. Noul venit are șansa să înțeleagă că își va modifica valorile fundamentale și că va intra într-o școală de afaceri ce-l v-a învăța să devină patron, și nu să rămână angajat.

Deși nu toți oamenii vor demara o afacere, mulți dintre ei vă vor aprecia pentru faptul că folosiți cadranul, tratând problema valorilor de bază și oferindu-le timpul necesar pentru a lua o hotărâre, și nu insistând să vă accepte ideile și să-și pornească propria afacere. Dacă veți studia cu atenție cadranul și veți cântări argumentele pro și contra, cred că veți înțelege că transferul dintr-un cadran în altul ține de mai mult decât de o simplă hotărâre; este vorba despre o adevărată schimbare a valorilor de bază, iar acestea durează de cele mai multe ori.

„Transferul dintr-un cadran în altul ține de modificarea valorilor de bază."

Unul dintre motivele pentru care este atât de greu de explicat marketingul în rețea e acela că sunt atât de puțini oameni în

cadranul P. Din cauza familiilor și a școlilor noastre, majoritatea oamenilor se află în cadranele A și L. De fapt, aș estima că 80 la sută din populație se află în cadranele A și L. Aș mai spune că 15 la sută se află în cadranul I și mai puțin de 5 la sută din populație este cu adevărat în cadranul P. Cu alte cuvinte, pe lume apar foarte puțini oameni de calibrul lui Thomas Edison și Bill Gates. Mulți Directorii Generali Executivi faimoși sunt oameni din cadranul A, nu din cadranul P. De exemplu, faimosul Jack Welch, fost Director General Executiv la General Electric, era totuși angajat al companiei respective. Fără îndoială, el a fost un director magnific, dar proprietarul afacerii, fondatorul firmei G.E., a fost unul ce a renunțat la școală, Thomas Edison. Edison a avut viziunea și determinarea de a o lua de la zero și de a crea o afacere gigantică.

Repetând în fond cele spuse deja, foarte puțini oameni s-au aflat în preajma unui lider situat pe drept cuvânt în cadranul P. Prin urmare, atunci când ajung să audă despre o oportunitate a unei afaceri de marketing în rețea, deseori nu au nici cea mai mică idee despre oportunitățile ce li se ivesc. Faptul că au stat mare parte a vieții lor alături de oameni din cadranele A și L nu le permite luxul să gândească în termeni atât de vaști. Am fost suficient de norocos ca, de la o vârstă fragedă, să îmi fie dezvoltată puterea de gândire pentru nivelul unei afaceri de nivelul P, de către tatăl bogat. Din această cauză nu am avut o slujbă decât patru ani din viață. Știam că voiam să trăiesc în cadranele P și I.

Dacă vă decideți să începeți o afacere de marketing în rețea și îi vorbiți unui prieten despre asta, făceți-vă timp să le explicați și care sunt cadranele și de ce v-ați hotărât să vă schimbați cadranul. Dacă vă veți face timp să le explicați și lor cadranele, s-ar putea să fie mult mai receptivi decât dacă le spuneți pur și simplu: „ Încep o afacere cu jumătate de normă cu o companie de marketing în rețea." După cum am mai explicat, motivul pentru care această afacere este de multe ori atât de greu de explicat este acela că prea puțini oameni cunosc pe cineva din cadranul P. Majoritatea oamenilor nu au în jur decât prieteni și membri ai familiei care aparțin cadranelor A și L. Prin urmare, aveți răbdare și folosiți cadranele pentru a explica noile dumneavoastră

perspective asupra vieții. În plus, cine știe, dacă aveți răbdare și reușiți să explicați convingător schimbările prin care treceți, s-ar putea foarte bine să vi se alăture pe drumul ales. Numai că, trebuie să le explicați că acest drum este un proces, nu o schemă de îmbogățire rapidă, iar drumul durează ani de zile. Dacă sunteți serios, eu recomand un plan pe durata a cinci ani.

Planul pentru cinci ani

Sunt întrebat adesea: „De ce un plan pentru cinci ani?" Iată în continuare motivele mele:

Primul motiv: A durat ani de zile să fie construită compania Starbucks[1]. A durat ani de zile pentru a fi creată compania McDonalds. Au trecut mulți ani ca Sony să devină un gigant al pieței de componente electronice. Cu alte cuvinte, durează ani pentru a construi o mare companie și a deveni un mare conducător de afaceri. Mulți oameni nu gândesc în termeni de ani. Majoritatea oamenilor gândesc în termenii gratificației imediate și a îmbogățirii rapide. De aceea, există atât de puțini oameni în cadranul P. Cei mai mulți își doresc bani, dar nu sunt dispuși să investească timp pentru a-i obține.

După cum am spus și mai devreme, învățarea este un proces fizic..., iar educația fizică durează de multe ori mai mult decât cea mentală. De exemplu, puteți decide să învățați să mergeți pe bicicletă, dar învățarea propriu-zisă, fizică, va dura probabil mai mult decât decizia mentală. Vestea cea bună este aceea că, odată ce ați învățat ceva în mod fizic, e clar că ați dobândit pentru totdeauna acel gen de învățătură.

Motivul al doilea: Pe de altă parte, dezvățul este la rândul său un proces fizic. Există o vorbă care spune: „Nu înveți calul bătrân la ham". Ei bine, din fericire suntem oameni, nu cai. Totuși, există ceva adevăr în ideea că, pe măsură ce înaintăm în

[1] Lanț de cafenele întâlnite în întreaga lume în care se mai servesc și sandvișuri și prăjituri. (*N. tr.*)

vârstă, devine mai dificil să ne dezvățăm de lucrurile cu care am fost învățați ani de zile. Unul dintre motivele pentru care atât de mulți oameni se simt confortabil în cadranele A și L este că se simt în siguranță și le este confortabil acolo. În fond, au petrecut ani întregi pentru a învăța să ajungă acolo. Prin urmare, mulți oameni se întorc acolo, deoarece le este mai ușor, chiar dacă acest confort nu le face bine pe termen lung.

Petreceți atât timp, cât vă este necesar pentru a învăța și a vă dezvăța. Pentru unii oameni, cea mai grea parte legată de schimbarea cadranului dinspre partea stângă spre cea dreaptă este aceea de a se desprinde de punctele de vedere care aparțin cadranelor A și L. Odată ce reușiți să vă dezvățați de cele învățate deja, cred că schimbarea se va desfășura mult mai rapid și mai ușor.

Motivul al treilea: Fiecare omidă își construiește un cocon înainte de a deveni fluture. Școala de pilotaj a reprezentat coconul meu. Am intrat acolo ca proaspăt absolvent de colegiu și am ieșit ca pilot gata să merg în Vietnam. Dacă aș fi frecventat o școală de zbor civilă mă îndoiesc că aș fi fost pregătit de război, chiar dacă aș fi fost totuși pilot. Ceea ce am învățat ca piloți militari diferă de ceea ce a trebuit să învețe piloții civili. Capacitățile sunt diferite, intensitatea antrenamentului diferă, iar faptul că urmează să mergi la război la sfârșitul stagiului face ca lucrurile să difere și mai mult.

Mi-au trebuit aproape doi ani să trec prin școala de zbor din Florida. Am primit insigna de pilot și am fost transferat la școala de zbor avansată, în Camp Pendleton, California. Acolo eram învățați să luptăm, și nu să zburăm. Nu vă voi plictisi cu detaliile, dar în Camp Pendleton antrenamentul a crescut radical în intensitate.

După ce am terminat școala de pilotaj și am devenit piloți, am avut la dispoziție un an pentru a ne pregăti să mergem în Vietnam. Zburam constant, în condiții care ne puneau la încercare starea psihică, emoțională, fizică și spirituală... din nou toate cele patru puncte ale piramidei de învățare.

După opt luni de la începerea programului de la Camp Pendleton, ceva s-a schimbat în interiorul meu. În timpul unuia dintre zborurile de antrenament, am devenit, în sfârșit, un pilot pregătit de război. Până în acel moment, zburam punând la contribuție capacitățile psihice, emoționale și fizice. Unii denumesc această stare: „a zbura mecanic". În timpul acelei misiuni de antrenament, m-am schimbat din punct de vedere spiritual. Misiunea era atât de intensă și înspăimântătoare, încât, dintr-o dată, toate îndoielile și temerile mele au fost eliminate cu forța, iar spiritul meu uman a preluat controlul. Zborul a devenit o parte din mine. M-am simțit împăcat cu mine însumi, iar în avion m-am simțit ca acasă. Avionul făcea parte din mine. Eram gata să merg în Vietnam.

Nu că nu mi-ar fi fost teamă... pentru că îmi era. Spaima de a merge la război exista încă. Spaima de a muri sau, mai rău, de a rămâne infirm, era încă acolo. Ceea ce diferența cele două stări era faptul că acum eram gata să merg la război. Încrederea în mine sporise și devenise mai mare decât frica. În plus, același gen de educație, care vă schimbă viața, poate fi găsit și în multe afaceri de marketing în rețea.

Procesul prin care am devenit un om de afaceri și investitor a urmat în mare măsură aceiași pași, ca și procesul de a deveni un pilot gata de luptă. A fost nevoie să eșuez de două ori în afaceri înainte de a-mi găsi spiritul... deseori numit „spiritul de întreprinzător". Este spiritul care mă menține de partea cadranelor P și I, indiferent cât de dificile sunt lucrurile. Prefer să stau de partea cadranelor P și I, mai degrabă decât să alunec înapoi în confortul și siguranța cadranelor A și L. Aș spune că mi-au trebuit cincisprezece ani pentru a obține siguranța necesară pentru a mă simți confortabil în cadranul P.

Eu încă mai folosesc planul pe cinci ani

Atunci când mă hotărăsc să învăț ceva nou, de exemplu, să investesc în proprietăți imobiliare, încă îmi mai ofer câte cinci ani pentru a învăța procesul respectiv. Atunci când am dorit să aflu cum să investesc în acțiuni, mi-am oferit, din nou, cinci ani pentru a învăța procesul. Mulți oameni investesc o dată, pierd

câțiva dolari și o lasă baltă. Renunță după prima greșeală, motiv pentru care nu reușesc să învețe. Tatăl bogat ar spune: „Un învingător adevărat știe că pierderile fac parte din procesul care duce la victorie. Doar ratații vieții cred că învingătorii nu pierd niciodată. Un ratat este cineva care visează să câștige și face tot posibilul pentru a evita să facă vreo greșeală."

Și în ziua de astăzi îmi mai ofer câte cinci ani pentru a face cât de multe greșeli posibil. Fac acest lucru pentru că știu că, pe cât de multe greșeli fac din care învăț..., pe atât de deștept voi fi în cinci ani. Dacă nu fac nicio greșeală timp de cinci ani, nu sunt mai inteligent decât eram cu cinci ani înainte, sunt doar cu cinci ani mai bătrân.

Călătoria mea prin cadranele P și I nu s-a încheiat.

Eu, personal, am pornit în această călătorie cu mulți ani în urmă și încă mai am multe de învățat. Probabil că mă voi afla în această călătorie pentru tot restul vieții mele. Partea bună este că, învățând mai multe, cu atât mai mult câștig și cu atât mai puțin trebuie să muncesc. Dacă dumneavoastră și prietenii dumneavoastră aveți impresia că puteți să începeți o afacere de marketing în rețea și să vă așteptați să începeți să câștigați bani imediat, atunci încă mai gândiți ca o persoană din cadranele A sau L. Oamenii din cadranele A sau L sunt cei care sunt atrași de obicei în escrocheriile de îmbogățire rapidă și de alte genuri care sunt întâlnite de-a lungul vieții. Dacă sunteți hotărât să vă începeți călătoria, vă recomand să puneți de o parte pentru asta un minimum de cinci ani pentru a învăța, a vă dezvolta, a vă modifica valorile fundamentale și a întâlni noi prieteni. Din punctul meu de vedere, asemenea schimbări sunt cu mult mai importante decât câțiva dolari în plus.

În concluzie

În concluzie, avantajele unei afaceri de marketing în rețea țin nu doar de faptul că vă oferă o foarte bună educație de afaceri,

ci vă oferă, de multe ori, și o lume întreagă din care să vă alegeți prieteni noi — prieteni care merg în aceeași direcție cu dumneavoastră și care vă împărtășesc aceleași valori de bază. Din punctul meu de vedere, genul acesta de prietenie este neprețuită. Eu știu că nu aș fi reușit în această călătorie dacă nu aș fi întâlnit câțiva prieteni foarte buni pe parcurs.

P.S. Dacă vă veți folosi de cadranul fluxului de numerar în explicațiile dumneavoastră aș aprecia dacă ați menționa că această idee este a tatălui bogat, acordându-i astfel creditul de a fi inventat o explicație atât de simplă asupra celor patru tipuri de oameni care pot fi întâlnite în lumea banilor, afacerilor și în viață. Acum mulți ani, cadranul tatălui bogat mi-a arătat drumul spre o lume despre care tatăl sărac nu știa că există. Sper să obțineți aceleași rezultate din acest cadran.

Din ce cadrane faceți parte dumneavoastră, prietenii dumneavoastră și familia dumneavoastră?

Înainte de a trece la capitolul următor, ar fi bine să vă faceți timp să evaluați persoanele care vă sunt cele mai apropiate și cadranul din care acestea fac parte.

Persoană	**Cadran (A, L, P sau I)**
Tată	_____
Mamă	_____
Partener de viață	_____
Frați (lista alfabetică a numelor lor)	
_____	_____
_____	_____
Surori (lista alfabetică a numelor lor)	
_____	_____
_____	_____

Prieteni (lista alfabetică a numelor lor)

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

În ce cadran sunteți astăzi și în care ați dori să vă aflați mâine?

	A	L	P	I
Cadranul în care sunteți astăzi	____	____	____	____
Cadranul în care ați dori să vă aflați mâine	____	____	____	____

Care este planul dumneavoastră pentru a schimba cadranele? Cum plănuiți să dobândiți educația, experiența și transformarea valorilor fundamentale?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Următoarea valoare

Capitolul următor se referă la valoarea construirii unei rețele de prieteni care să devină proprietari de afaceri.

CAPITOLUL 6

A patra valoare: Care este valoarea unei rețele

În 1974, în timp ce lucram pentru firma Xerox, în Hawaii, nu reușeam să vând cu prea mult succes un produs numit telecopiator. Nu reușeam să îl vând pentru că era un produs nou. Nu doar că era un produs relativ nou, dar eram întrebat de cele mai multe ori: „Ei bine, cine altcineva mai are așa ceva?". Cu alte cuvinte, posesia unui telecopiator nu avea valoare dacă nu existau și alții care să dețină așa ceva, dacă nu exista o rețea de telecopiatoare. În prezent, mai nimeni nu a auzit de telecopiator, dar aproape toată lumea a auzit de fax.

Pe măsură ce a crescut numărul oamenilor care foloseau faxul, valoarea telecopiatoarelor a crescut, iar vânzarea lor a devenit mult mai ușoară. Mi-am petrecut patru ani de zile chinuindu-mă să vând aceste aparate noi, investind foarte mult timp pentru a explica ce anume erau și cum puteau fi folosite într-o afacere. În prezent, orice firmă și multe dintre casele particulare au un asemenea aparat. Vânzătorii din ziua de azi, în loc să piardă timpul explicând beneficiile pe care le obții având un copiator, prezintă diferitele modele pe care le au pentru ca oamenii să-l aleagă pe cel pe care-l preferă. Explicațiile necesare sunt minime, cu excepția modului de utilizare al aparaturii. Ceea ce încerc să dovedesc este faptul că valoarea telecopiatoarelor sau a aparatelor

de fax a crescut în măsura în care apărut o rețea de asemenea aparate. Din acest motiv, tema acestui capitol este valoarea sau forța unei rețele.

Legea lui Metcalf

Robert Metcalf este unul dintre oamenii creditați cu producerea Ethernetului (placă de rețea). De asemenea, el este cel care a fondat, de curând, compania tehnologică 3Com Corp. El este cel care a enunțat legea lui Metcalf, care spune:

Valoarea economică a unei rețele = pătratul numărului de utilizatori

În termeni mai simpli, legea lui Metcalf spune că, dacă există un singur telefon, acel telefon nu are nicio valoare economică. În momentul în care există două telefoane, conform legii lui Metcalf, valoarea economică a rețelei de telefoane se ridică acum la pătrat. Prin urmare, valoarea rețelei crește de la 1 la doi (la pătrat) adică patru. Adăugați un al treilea telefon, iar valoarea economică va fi nouă. Cu alte cuvinte, valoarea economică a unei rețele crește exponențial, nu aritmetic.

„Valoarea economică a unei rețele crește exponențial, nu aritmetic."

Afaceristul de tip John Wayne

Pentru generația tatălui meu, John Wayne reprezenta modelul omului de succes. John Wayne era descrierea omului dintr-o bucată, care nu are nevoie de ajutorul nimănui pentru a duce o treabă la bun sfârșit. Chiar și modul în care John Wayne trata femeile era genul stereotip de relație: „Eu, Tarzan... tu, Jane." Programele de televiziune din acea perioadă, precum *Leave it to Beaver*, îl arătau pe Ward Cleaver (tatăl lui Beaver) plecând la

muncă, în timp ce June Cleaver (mama lui Beaver) îl **aștepta** acasă, aceasta fiind prototipul soției gospodină, făcând curățenie și gătind până când *cavalerul ei pe un cal alb* – soțul — venea acasă cu salariul.

Cu toate că lucrurile s-au schimbat de la filmele și serialele din anii '50, multe concepții despre afaceri au rămas aceleași. Și în zilele noastre, auzi oameni spunând: „Mă apuc de afaceri și o fac pe cont propriu". După părerea mea, ideea de a reuși pe cont propriu este cea care i s-ar potrivi lui John Wayne. Mai devreme, am arătat că oamenii care se apucă de afaceri pe cont propriu se mută de cele mai multe ori din cadranul A în cadranul L, și nu în cadranul P. În zilele noastre, cadranul L este mediul individizilor dintr-o bucată, mediul de afaceri gen John Wayne.

O franciză constituie o rețea.

În anii '50 a apărut un nou model de afaceri, numit franciză. Unele dintre cele mai cunoscute nume în domeniul francizelor sunt McDonalds, Wendy etc. În zilele noastre, fracizele sunt larg acceptate. Totuși, în anii '50, mulți afaceriști de școală veche, de școala gen John Wayne, au criticat francizele, unii dintre ei numindu-le ilegale. În prezent, oriunde călătoresc în jurul lumii văd magazine ale unor rețele faimoase de francize, precum McDonalds la Beijing sau în Africa de Sud și în locuri foarte izolate. Lumea zilelor noastre a adoptat francizele.

Simplu spus, o franciză este o formă de rețea de afaceri alcătuită din diverși proprietari de afaceri ce colaborează. În zilele noastre, cu toții știm că proprietarul unei francize McDonalds va avea mult mai mult avânt decât individul care își deschide pe cont propriu o tarabă de hamburgeri. Dacă un McDonalds se deschide lângă tejgheaua individului independent și singur, există șanse mari ca acest individ să dea faliment rapid, chiar dacă acest John Wayne ar face hamburgeri mult mai buni.

Ca și în orice altă facere abia începută, o franciză nouă nu are cine știe ce valoare până în momentul în care există din ce în ce mai multe alte afaceri deschise prin franciză. Îmi amintesc de momentul când am văzut pentru prima oară o cutie poștală Mail

Box Etc. şi m-am întrebat ce o fi. Brusc, compania a avut o creştere exponenţială prin adăugarea francizelor. Acelaşi lucru s-a întâmplat şi cu Starbucks. Acum mulţi ani, am început să aud despre existenţa aceastei companii mici cu nume ciudat care se ocupa de tonete cu cafea în Seattle. Astăzi, dau de Starbucks oriunde mă duc. La New York pare să fie un magazin Starbucks la fiecare colţ. Deşi această creştere incredibilă a apărut iniţial prin magazine care erau proprietatea companiei, nu prin franciză, şi acesta reprezintă o exemplificare a legii lui Metcalf.

În vecinătate, o mică papetărie, care fusese în afaceri ani de zile, a dat faliment atunci când o franciză Mail Box Etc. s-a deschis în aceeaşi zonă comercială. Acelaşi lucru i s-a întâmplat proprietarului unei cafenele care a dat faliment din cauza unei cafenele Starbucks, chiar dacă acea cafenea servea o cafea absolut excelentă. Din nou, individul aflat pe cont propriu pierde în faţa reţelei.

Cel de al doilea tip de afacere de reţea.

În anii '70, un nou tip de afaceri de reţea a fost demarat. Acesta este tipul de afaceri despre care vorbeşte această carte, o afacere de reţea cunoscută în zilele noastre drept marketing în reţea. Nu e o reţea de afaceri prin franciză, ci este vorba despre o reţea de indivizi *francizaţi*. Cu alte cuvinte, este vorba despre o franciză personală. Şi acest gen de reţea de afaceri a fost întâmpinată cu critici puternice atunci când a început să devină populară, şi milioane de oameni au început să participe la aceste afaceri. Genul acesta de afacere continuă să fie criticat. Totuşi, în ciuda tuturor criticilor, domeniul marketingului în reţea continuă să se extindă mai repede decât domeniul francizelor sau al afacerilor tradiţionale.

Unul dintre motivele pentru care această dezvoltare nu este atât de evidentă este acela că afacerile de marketing în reţea sunt, în cele mai multe cazuri, afaceri invizibile. Spre deosebire de McDonalds sau Starbucks, majoritatea francizelor de marketing în reţea operează discret, de acasă sau din birouri micuţe. Mai

mult decât atât, multe francize de marketing în rețea care au succes câștigă mult mai mulți bani decât multe francize reale.

Marile afaceri se găsesc în prezent la nivelul afacerilor de marketing în rețea

La începutul acestei cărți am făcut lista unor produse care sunt livrate în prezent printr-un sistem de distribuție de marketing în rețea. Această listă include produse și servicii precum servicii juridice, servicii contabile, servicii telefonice, cosmetice, vitamine, haine și chiar proprietăți imobiliare. Unul dintre lucrurile care m-au uimit cel mai tare atunci când a început să mă intereseze acest subiect a fost să aflu câte corporații majore, precum Citibank, AOL Time Warner și Berkshire Hathaway, dețin afaceri operate prin marketing în rețea. Odată ce am devenit mai receptiv, am înțeles că până atunci nu ascultasem decât criticile despre afacerile de marketing în rețea ale celor care nu participau la acest gen de afaceri. Nu văzusem afacerile pentru că sunt un gen de afaceri virtuale, ceea ce înseamnă că sunt invizibile, astfel încât nu puteam sesiza cu ochiul liber dezvoltarea afacerii. Nu puteam decât să aud nemulțumirile celor aflați în genul tradițional de afaceri sau ale celor ce practicau afacerile în stilul John Wayne. Sursa puterii de dezvoltare a afacerilor din acest domeniu provine din legea lui Metcalf.

Limitele legii lui Metcalf

Frumusețea afacerilor de marketing în rețea este aceea că sunt la îndemâna oamenilor de rând — oameni ca mine și ca tine — prin puterea oferită de legea lui Metcalf... Dar pentru a avea acces la această forță trebuie să te supui cerințelor legii respective. Conform principiilor acestei legi, simpla afiliere cu o companie de marketing în rețea reprezintă un bun început, dar acest fapt singur nu vă dă posibilitatea de a profita de toate valențele legii lui Metcalf. Ar fi ca și când ați cumpăra un telefon, dar ați fi singurul care posedă un asemenea aparat.

„Datoria dumneavoastră este să-i faceți pe alții să vă semene întocmai."

Pentru a intra în posesia puterii care apare prin aplicarea legii lui Metcalf, datoria dumneavoastră este să-i faceți pe alții să vă semene întocmai. În momentul în care sunteți doi, valoarea dumneavoastră economică se ridică la pătrat. Valoarea rețelei dumneavoastră tocmai a crescut de la zero la patru. În momentul în care sunteți trei valoarea rețelei dumneavoastră crește de la patru la nouă. Dacă cei doi oameni pe care i-ați adus dumneavoastră în rețea aduc la rândul lor câte doi oameni, valoarea economică a rețelei dumneavoastră începe să arate ca o rachetă ce decolează spre lună. În loc să munciți din greu pentru a obține creșteri aritmetice, valoarea dumneavoastră începe să crească în mod exponențial. Aceasta este forța și valoarea unei afaceri de marketing în rețea.

De-a lungul timpului, o rețea de succes are potențialul de a vă aduce câștiguri mai mari decât cele ale doctorilor, contabililor, avocaților și ale altor indivizi care lucrează pe cont propriu. Această diferență și puterea sunt explicate prin legea lui Metcalf, cea care imprimă o valoare majoră afacerilor de marketing în rețea.

În capitolul precedent, am vorbit despre valoarea noilor prieteni. Dacă vă veți face timp să le explicați cadranul fluxului de numerar, întrebându-i în care dintre cadrane își doresc să își investească timpul și explicându-le puterea enunțată de legea lui Metcalf, cred că veți avea de-a face cu o persoană mult mai receptivă la oportunitatea de afaceri pe care i-o oferiți. Poate ar fi bine să explicați și că afacerile de marketing în rețea prezintă modelul de afaceri cu dezvoltarea cea mai rapidă în prezent, chiar dacă ei nu pot să sesizeze acest lucru pentru că natura lor este virtuală sau invizibilă.

Construirea unei afaceri de marketing se face, pur și simplu, prin căutarea unor prieteni, noi și vechi, care doresc să pornească în aceeași direcție în care vă îndreptați și dumneavoastră. Priviți acest lucru ca și cum ați rezolva o problemă de matematică. Să spunem că aduceți 10 oameni, 10 noi prieteni în rețea.

Valoarea rețelei dumneavoastră este acum de 100, nu de 10. Dacă acești 10 oameni aduc la rândul lor fiecare câte 10 prieteni, valoarea afacerii dumneavoastră crește exploziv. După cum am spus la începutul acestei cărți, eram destul de reticent cu privire la marketingul în rețea. Nu am realizat forța oportunității de afaceri ce mi se oferise. Mi-am schimbat opinia între timp. Dacă ar trebui să o iau de la capăt, nu aș fi început o afacere în genul vechi, ci aș fi inițiat construirea unei afaceri de marketing în rețea.

O idee mai bună cu costuri de inițiere mai mici.

În loc să fi construit o afacere de marketing în rețea am cheltuit milioane de dolari și, uneori, am pierdut milioane de dolari, punând pe picioare o afacere de tip vechi. Nu regret acest lucru, pentru că a reprezentat pentru mine o călătorie inițiatică pentru a descoperi cum anume se construiește o afacere de tip vechi pornind de la 0. Pot spune cu toată sinceritatea că a construi o afacere de marketing în rețea pare mult mai rezonabil pentru majoritatea dintre voi, mai ales dacă nu dețineți milioane pentru a construi o afacere de tip vechi, sau sute de mii de dolari pentru a cumpăra o franciză de renume. Mai simplu spus, o afacere de marketing în rețea, cu prețuri scăzute necesare pentru a o începe și programe foarte bune de educație, constituie o idee mult mai bună — este ideea potrivită timpurilor noastre. Afacerile de marketing în rețea au o dezvoltare explozivă în întreaga lume. Nu trebuie decât să deschideți ochii pentru a observa acest lucru. Nu veți vedea nimic concret pentru că este prea puțin vizibil. Nu există arcade sau sirene aurite atunci când pătrundeți în sediul unei asemenea afaceri. Afacerile de marketing în rețea au explodat în întreaga lume, și foarte puțini oameni reușesc să observe acest lucru.

Viitorul construirii rețelelor

Deși afacerea s-a dezvoltat enorm de mult, acum este timpul potrivit să vă alăturați unei afaceri de marketing în rețea. De ce

spun acest lucru? O spun pentru că lumea s-a trezit într-un final, înțelegând că Epoca Industrială a luat sfârșit și că ne facem intrarea oficială în Epoca Informației. Afacerile mari de genul General Electric și Ford Motor Company sunt afaceri din Epoca Industrială. Francize precum McDonalds reprezintă afaceri ale tranziției dinspre Epoca Industrială spre Epoca Informației. Afacerile de marketing în rețea sunt francizele adevărate ale Epocii Informaționale, pentru că funcționează aproape exclusiv pe baza informației, neavând la bază terenuri, fabrici și angajați.

În copilărie, părinții mei spuneau mereu: „Mergi la școală și ia note bune, astfel încât să obții o slujbă bună care să-ți aducă beneficii." Aceasta este gândirea clasică a Epocii Industriale. Părinții mei credeau cu adevărat în siguranța slujbei, a pensiilor plătite de către companie și a îngrijirilor medicale, după cum aveau încredere și în asigurarea socială și de sănătate oferite de către stat. Acestea sunt idei învechite din timpul Epocii Industriale. În prezent, majoritatea dintre noi știm că siguranța slujbei este o glumă proastă, iar a fi angajat într-o singură companie întreaga ta viață nu reprezintă o realitate pentru cei mai mulți. La acestea se adaugă planurile de pensii, precum 401(k)[1], investite în acțiuni riscante și în fonduri mutuale, care fac ca siguranța a banilor de pensie să devină la rândul ei o glumă proastă. În zilele noastre, oamenii au nevoie de idei noi și de sisteme în care să găsească siguranța financiară pe care au avut-o pe vremuri părinții noștri. Răspunsul la această problemă este marketingul în rețea. Cu cât mai mulți oameni se trezesc la realitate — și mulți au făcut-o după atacul terorist din 11 septembrie și de la căderea pieței de acțiuni —, cu atât mai mulți oameni vor înțelege că marketingul în rețea este un răspuns inovator oferit problemei unei lumi care oferă o siguranță din ce în ce mai mică. Marketingul în rețea oferă milioanelor de oameni din lume oportunitatea de a prelua controlul asupra vieții lor și asupra viitorului

[1] Plan de investiții care funcționează ca un plan de pensii ce permite angajaților să investească o parte din fiecare salariu, înainte de a fi oprite impozitele, într-un set de investiții alese de către angajator (acțiuni, fonduri mutuale, obligațiuni etc.). (*N. tr.*)

lor financiar. Marketingul în rețea va continua să se extindă chiar dacă cei de modă veche nu reușesc să sesizeze acest lucru.

În concluzie

Cu ani în urmă, pe când eram un tânăr vânzător de telecopiatoare — cunoscute azi drept aparatură fax — am avut probleme mari în încercarea de a vinde aparatele respective, pur și simplu pentru că prea puțini oameni le dețineau deja. Pe măsură ce numărul celor care foloseau deja aceste aparate a crescut, vânzările au devenit din ce în ce mai numeroase. Cu cât mai multe aparate de fax erau utilizate, cu atât mai valoros devenea aparatul respectiv. Aceasta este puterea legii lui Metcalf.

În zilele noastre, aceleași probleme sunt legate de convingerea oamenilor în legătură cu marketingul de rețea. Cu ani în urmă, oamenii râdeau la ideea de marketing în rețea. Mulți au vorbit de rău domeniul respectiv, creându-i un renume prost. Cel puțin eu așa am făcut. În prezent, toate transformările care se petrec în lume fac doar ca viitorul marketingului în rețea să devină și mai promițător. După cum am menționat deja, multe companii mari au un departament de marketing în rețea. Marketingul în rețea a încetat să mai fie o afacere periferică, deși puțini reușesc să înțeleagă asta... încă. Prin urmare, chiar dacă prietenii și colegii dumneavoastră nu pot să sesizeze această oportunitate, tot ceea ce trebuie să faceți dumneavoastră este să vă lăsați la o parte prejudecățile, să fiți receptivi și să sesizați forța legii lui Metcalf. Veți înțelege puterea rețelelor... care se află chiar în fața dumneavoastră. Tot ce trebuie să faceți este să spuneți: „Doresc ca puterea rețelelor să lucreze în folosul meu."

Următoarea valoare

În capitolul următor voi discuta abilitatea primordială pentru afaceri necesară celui ce dorește să aibă succes în lumea reală a afacerilor. Frumusețea marketingului în rețea este aceea că vă învață această abilitate de mare valoare pe care o puteți folosi în vederea îmbogățirii.

CAPITOLUL 7

A cincea valoare: Dezvoltarea celor mai importante abilități necesare în afaceri

Anul 1974 a reprezentat un punct de răscruce al vieții mele. Am fost lăsat la vatră din cadrul Corpului de Marină al Statelor Unite ale Americii și eram pe cale să mă lovesc de realitate. Întrebarea mea era în care dintre lumi urma să intru? Urma să pătrund în lumea tatălui sărac și să devin angajat în cadranul A, sau urma să intru în lumea tatălui bogat și a cadranului P?

După cum am spus deja, eram calificat în două meserii cu ajutorul cărora aș fi putut pătrunde cu ușurință în cadranul A. Puteam să mă întorc în domeniul naval și să devin ofițer de vas, conducând tancuri petroliere pentru firma Standard Oil, sau puteam deveni un pilot comercial, cum făcuseră mulți dintre colegii mei de clasă. Ambele profesii mă tentau, dar știam că nu doream să fiu nici ofițer de vas, nici pilot pentru tot restul vieții. Depășisem această fază. Deși era mult mai riscant și aveam mult mai puține garanții, am decis să urmez sfaturile tatălui bogat, și nu pe cele ale tatălui meu sărac.

La începutul lui 1974, înainte de a fi eliberat din Corpul de Marină, am mers la tatăl bogat și i-am cerut să mă antreneze pentru lumea cadranului P. Încă îmi mai amintesc cum am intrat

în biroul său în Waikiki și i-am cerut sfatul în legătură cu etapa viitoare a vieții mele. Aveam 26 de ani și știam că aveam nevoie de îndrumare într-o lume în care puțini oameni pătrunseseră, lumea cadranului P. „Ce ar trebui să fac?" l-am întrebat. „Ce gen de educație îmi este necesară?"

Ridicându-și ochii din actele de pe biroul său, fără să ezite vreun moment, tatăl bogat mi-a spus: „Angajează-te în domeniul vânzărilor".

„Vânzări?!" am scheunat ca un câine bătut: „Vreau să intru în cadranul P. Nu vreau să ajung vânzător."

Tatăl bogat s-a oprit din ceea ce făcea, și-a scos ochelarii, și-a ridicat ochii, s-a uitat la mine și mi-a spus: „M-ai întrebat ce să faci în continuare. Tocmai ți-am răspuns. Dacă nu vrei să faci ce îți recomand eu, ieși din biroul meu."

„Dar vreau să devin proprietarul unei afaceri, nu vânzător," i-am răspuns arțăgos.

„Ascultă", mi-a spus tatăl bogat: „De câte ori trebuie să îți spun că, dacă vii aici căutând sfaturi, ar trebui să ai curtoazia să asculți sfatul pe care ți-l dau? Dacă nu vrei să știi care este sfatul meu atunci nu mi-l mai cere. Înțelegi?"

„Bine, atunci explică-mi, de ce în vânzări?" am răspuns pe un ton mai umil. Ambii tați erau oameni aspri, și știam că, dacă doream să învăț ceva, trebuia să ascult respectuos. „Spune-mi de ce este atât de important să învăț să vând?"

„Abilitatea de a vinde este talentul primordial în cadrul unei afaceri."

„Abilitatea de a vinde este talentul primordial în afaceri," mi-a spus tatăl bogat. „Abilitatea de a vinde este talentul cel mai important al cadranului B." Dacă nu poți să-i convingi pe oameni să cumpere ceva, nu te mai obosi să visezi să devii proprietarul unei afaceri."

„Talentul primordial?!" am întrebat, repetând ce spusese el.

„Cei mai buni vânzători sunt şi cei mai buni conducători," a spus tatăl bogat: „Gândeşte-te la preşedintele Kennedy. Era unul dintre cei mai buni oratori din câţi am auzit vreodată. Când vorbea el, oamenii se simţeau inspiraţi. Asta din cauză că avea puterea de se adresa spiritului oamenilor."

„Vrei să spui că atunci când vorbeşti de pe o scenă sau de la televizor aceasta este tot o formă de vânzare?" am întrebat.

„Bineînţeles," spuse tatăl bogat, „Şi când scrii sau vorbeşti cu cineva faţă în faţă, sau vorbeşti cu copiii tăi, cerându-le să îşi ridice jucăriile de pe jos, acestea toate ţin de vânzare. Profesorii tăi din liceu încercau să îţi vândă idei zi de zi."

„Unora nu le-a reuşit," am răspuns cu o grimasă.

„Probabil că din această cauză nu erau profesori prea buni. Toţi marii învăţători au fost vânzători excelenţi. Gândeşte-te la Hristos, Buddha, maica Theresa, Gandhi, Mohamed. Toţi au fost mari învăţători, ceea ce înseamnă că au fost şi buni vânzători."

„Prin urmare, cu cât mă descurc mai bine în vânzări, cu atât mai mult succes voi avea în viaţă?" am întrebat.

„Şi gândeşte-te la asta şi dintr-o perspectivă inversă," mi-a răspuns tatăl bogat: „Gândeşte-te la oamenii cu puţin succes. Ei sunt oamenii pe care nimeni nu vrea să îi asculte."

„Poate fi oricine un bun vânzător?" am întrebat eu.

„Bineînţeles. Fiecare dintre noi avem talentul nativ de a vinde. Uită-te la un bebeluş sau la un copil mic. Ce face dacă îi e foame şi nu primeşte ceea ce vrea?"

„Fiecare dintre noi avem talentul nativ de a vinde".

„Începe să plângă," am răspuns. „Comunică, îşi expune punctul de vedere."

„Exact," mi-a răspuns tatăl bogat. „Ai încercat vreodată să îi spui unui copil că nu poate să obţină ceva? Dacă tatăl nu-i va da ce-şi doreşte, va merge la mamă. Dacă nici mama n-o face, merge la telefon şi îi sună pe bunici. „Într-un fel sau altul, pe măsură ce creştem, unii dintre noi pierdem din atitudinea „Pot să am orice

îmi doresc." Pe măsură ce creștem, suntem educați să nu mai cerem lucruri. Suntem educați să nu mai insistăm, să nu ne mai plângem și să încetăm să nu mai fim sâcâitori. Așa că învățăm să nu mai fim comercianți."

„Prin urmare, ca adulți, trebuie să *reînvățăm* ceea ce știam deja," am spus eu.

„Da, dacă vrem să fim capabili să obținem ceea ce ne dorim în viață," mi-a spus tatăl bogat.

„Pe la 30 de ani am realizat că eram cam strâmtorat în ceea ce privea traiul de zi cu zi. Simțeam că îmi lipsește ceva. Lucram din greu, dar lucrurile nu se întâmplau așa cum îmi doream. În curând, am înțeles că nu era suficient să lucrez din ce în ce mai mult. Am înțeles că, dacă nu urma să se schimbe ceva în interiorul meu, riscam să sfârșesc prin a trăi o viață lipsită de sens. Prin urmare, am știut că eu eram cel care trebuia să mă schimb. Pas cu pas, am realizat că nu mai știam cum să comunic cu oamenii. Angajații mei nu mă ascultau. Le spuneam să facă ceva, iar ei fie făceau cu totul altceva, fie nu făceau nimic. Clienții mei nu mă înțelegeau. Le explicam că produsele mele erau mai bune, totuși cumpărau din alte părți. Eram stânjenit când vorbeam cu străinii și plictisitor la petreceri. Nu reușeam să exprim tocmai ceea ce doream să spun. Abilitățile mele de comunicare erau scăzute. În curând, mi-a devenit clar că, dacă doream să am succes în afaceri, trebuia să învăț cum să vând. Trebuia să învăț să mă exprim mai bine, să comunic. Trebuia să ies din cochilie. Trebuia să învăț să nu mă mai tem de oameni. Trebuia să *reînvăț* ceea ce știusem pe vremuri, când eram copil. „Tatăl bogat tăcu o vreme, părând să rememoreze aceea perioadă. În final, ridică ochii și spuse: „Mai ții minte cum, acum mulți ani, pe când tu și Mike erați încă în școala generală, am fost la Honolulu timp de o săptămână și am frecventat un curs comercial?"

„Îmi aduc aminte," am spus: „Tatăl meu credea că e o prostie că ai mers să studiezi vânzările."

„Zău?" întrebă tatăl bogat? „Ce a spus?"

„De ce ar cheltui cineva atâția bani pentru a face un curs care nu îți oferă o diplomă pe care să o poți folosi?"

Auzind asta, tatăl bogat izbucni în râs. „Mi-am cheltuit ultimii bani, 200 de dolari, ca să merg la cursul acela. Totuşi, acel curs mi-a adus milioane de dolari, iar tatăl tău se gândea doar la diplomă?"

„Într-adevăr", am răspuns un pic slugarnic, „aveţi valori diferite. Tatăl meu doreşte doar diplome, pe când tu îţi doreşti mai mult succes financiar."

Încă râzând pe sub mustaţă, tatăl bogat rupse o pagină din agenda sa galbenă, de tipul celor folosite de către juriştii şi scrise pe ea cuvintele următoare:

cumpărare/ vânzare

Arătând spre cuvintele din tabel, tatăl bogat mi-a spus: „În afaceri, aceste două noţiuni sunt extrem de importante. Pe piaţa de acţiuni sau aceea a firmelor imobiliare se vorbeşte mereu de contracte de vânzare/cumpărare. Piaţa, ca şi afacerile, funcţionează pe baza cumpărătorilor şi a vânzătorilor. Dacă nu aş avea cumpărători, aş da faliment. Asta înseamnă că trebuie să vând în continuu. Îmi vând ideile şi produsele angajaţilor şi investitorilor mei, prin reclame TV, prin ziare şi prin scrisori; le vând contabililor şi avocaţilor mei. Zilnic vând câte ceva. Trebuie să îmi menţin echipa în continuă dezvoltare şi trebuie să menţin un flux constant de cumpărători care vin mulţumiţi şi pleacă şi mai mulţumiţi. Ca atare, vânzarea reprezintă mult mai mult decât să încerc să conving pe cineva să îmi dea nişte bani.

„Înţeleg asta," am răspuns, dar de ce este talentul comercial atât de important? De ce reprezintă această abilitate talentul principal al cadranului P?"

„O întrebare foarte bine pusă," a spus tatăl bogat. „Ceea ce nu realizează majoritatea oamenilor este că, pe măsură ce vinzi mai mult, eşti, în acelaşi timp, capabil şi să cumperi mai mult."

„Cum?" am întrebat, vrând să-mi clarifice mai bine această chestiune; eram conştient că auzisem ceva extrem de important. „Cu cât vând mai mult, cu atât pot să cumpăr mai mult?"

Pentru a putea să cumperi trebuie să începi prin a vinde ceva

Tatăl bogat încuviință, lăsându-mă să reflectez la ceea ce spusesem și să învăț. „Nu poți cumpăra decât în măsura în care ai vânzări," spuse tatăl bogat. „Dacă vrei să cumperi ceva, trebuie să începi prin a vinde ceva. Din această cauză, abilitatea de a vinde reprezintă talentul tău principal. Trebuie, mai întâi, să vinzi ceva pentru a putea cumpăra ceva."

„Deci dacă nu pot să vând nu pot nici să cumpăr?" am întrebat.

Încuviințând, tatăl bogat a spus: „Oamenii săraci sunt săraci fie pentru că nu știu să vândă, fie pentru că nu au ce vinde. Același lucru se aplică și națiunilor sărace. O națiune săracă este o națiune care nu are ce vinde sau care nu poate vinde ceea ce are. Acest lucru este adevărat și în cazul oamenilor. Există foarte mulți oameni talentați care nu își pot vinde talentele. O afacere care nu reușește să realizeze vânzări este o afacere care dă faliment chiar dacă are active extrem de bogate. O afacere are probleme financiare pentru că cel care conduce afacerea respectivă nu știe să vândă. Poate fi o persoană inteligentă, dar nu are abilități de comunicare. Am întâlnit mulți manageri de nivel mediu, care nu reușesc să se ridice în ierarhia marilor afaceriști, pur și simplu, pentru că nu sunt în stare să vândă. Câte persoane singure ai întâlnit care nu reușesc să își întâlnească bărbatul sau femeia visurilor doar pentru că nu reușesc să îi facă pe alții să înțeleagă ce oameni minunați sunt?"

„Vrei să spui că tu consideri un act de vânzare și obținerea unei întâlniri?"

„O vânzare extrem de importantă," a spus tatăl bogat. „Lumea este plină cu oameni singuratici și săraci pur și simplu pentru că nu au fost învățați cum să vândă, cum să comunice, cum să depășească teama de a fi respinși sau cum să-și revină după ce au fost respinși."

„Prin urmare, talentul comercial afectează fiecare aspect al vieții," am adăugat eu.

„Corect. De aceea, mi-am cheltuit eu ultimii dolari acum câțiva ani, pentru a învăța cum să vând. În prezent, am mai mulți

bani decât tatăl tău pentru că eu am talent comercial, iar el are diplome de colegiu. De aceea, dacă vrei să devii om de afaceri, trebuie să înveți cum să vinzi și să îți îmbunătățești talentul comercial în mod continuu. Cu cât știi mai bine să vinzi, cu atât mai bogat vei deveni."

Tatăl meu cel bogat mi-a explicat că un contabil își vinde talentul comercial pentru un salariu sigur. El a spus: „Atunci când cineva se prezintă la un interviu, el sau ea încearcă, de fapt, să își vândă abilitățile profesionale". Apoi a adăugat: „Fiecare vinde câte ceva. Atunci când te întorci acasă uită-te în jur. Tot ce ai: frigiderul, canapeaua, paturile, totul, ți-a fost vândut. Atunci când conduci, privește în jurul tău la toate lucrurile de pe stradă. Tot ce ai fie ți-a fost vândut de cineva, fie a fost furat de tine. Dacă ai furat, ieși din biroul meu pentru că eu nu fac afaceri cu hoții. Eu fac afaceri cu aceia care sunt capabili să vândă."

„Nu mi-am dat seama că vânzarea este atât de importantă în afaceri," am spus. „Nu am realizat că, dacă vreau să devin bogat, trebuie să învăț să vând."

„Dacă vrei să ai succes în viață trebuie să înveți să vinzi," a adăugat tatăl bogat. „Privește realitatea. Politicienii care câștigă alegerile sunt vânzători excelenți. Liderii religioși de mare succes sunt comercianți excelenți. Cei mai buni profesori sunt comercianți excelenți, copiii sunt născuți comercianți excelenți. Înțelegi ce încerc să spun?"

„Înțeleg, dar sunt îngrozit de vânzări."

Auzind această declarație sinceră, tatăl bogat a clătinat din cap și a tăcut o vreme. „Mulțumesc pentru onestitate", mi-a spus apoi: „Majoritatea oamenilor sunt îngroziți de vânzări. Celor mai mulți le este frică să nu fie respinși. În loc să își recunoască această temere, îi vorbesc de rău pe vânzători, spunând lucruri de genul: « Eu nu sunt un vânzător, eu sunt un profesionist cu studii înalte. »"

„Vrei să spui că majoritatea oamenilor nu își recunosc temerile," am spus. „Ei pretind că a vinde este sub demnitatea lor."

„Exact. Foarte mulți dintre oamenii care se tem să vândă nu vor să admită acest lucru. Așa că îi privesc de sus pe oamenii care vând, precum și profesiunea de vânzător," replică tatăl

bogat. „Iar oamenii care fac asta sunt de cele mai multe ori săraci într-un domeniu sau două din viața lor. Deseori, sunt săraci în ceea ce privește succesul personal, ori în dragoste. Majoritatea oamenilor care nu pot să vândă sunt oameni care trebuie să trăiască sub posibilitățile lor, să cumpere numai când găsesc reduceri sau să trăiască modest, pur și simplu pentru că le este frică să vândă. Teama lor asociată cu lipsa talentelui comercial îi menține săraci.

„Nu se tem cumva să fie respinși?" am întrebat.

„Oamenii de succes învață să își depășească temerile și nu se lasă dominați de ele."

„Ba da, bineînțeles," spuse tatăl bogat. „Oamenii de succes învață să își depășească temerile și nu se lasă dominați de ele. De aceea, am zburat la Honolulu cu ultimii mei bani ca să urmez acele cursuri comerciale. Din această cauză, îți dau și ție sfatul pe care mi l-am dat și mie însumi. Sfatul meu este să înveți să vinzi. O să o spun din nou : dacă cineva nu are succes, este sărac sau singur, aceasta se întâmplă pentru că el sau ea nu a reușit să vândă ceva. Dacă vrei să obții ceea ce dorești trebuie, mai întâi, să vinzi ceva."

„Deci pot să cumpăr orice doresc dacă vând?" am adăugat.

Tatăl bogat încuviință: „De aceea, spun că arta de a vinde este talentul primordial. Ești pregătit să înveți să vinzi?"

Începe educația mea comercială

În urma acelei discuții, am urmat sfatul tatălui bogat și în curând m-am prezentat atât la Xerox, cât și la IBM căutând o slujbă. Nu am încercat să mă angajez în aceste companii datorită salariilor pe care le ofereau, ci datorită educației în domeniul vânzărilor pe care o ofereau. Multe firme de marketing în rețea oferă la rândul lor excelente programe de educație angajaților lor. Pentru mine, a învăța să vând, a-mi depăși teama de a fi respins și a învăța să îmi fac

cunoscut punctul de vedere a fost cea mai bună educație pe care am primit-o vreodată. Faptul că am învățat să vând mi-a schimbat viața. Faptul că am învățat să vând mi-a schimbat viitorul.

Scoate la iveală învingătorul din tine

Educația în vânzări nu înseamnă numai să înveți să vinzi. Când m-am angajat la Xerox eram extrem de timid. Chiar dacă am primit o educație extrem de bună la Xerox, temerile mele m-au împiedicat să bat la uși străine sau să vorbesc la telefon. Încă mai am unele dintre acele temerile și în ziua de astăzi. Ceea ce diferă este faptul că, în final, am reușit să câștig încrederea în mine, să vorbesc la telefon și să bat la ușile respective. Dacă nu aș fi reușit să îmi învinge propriile temeri, ratatul din mine ar fi câștigat. Tatăl bogat îmi spunea deseori: „Există o persoană bogată și una săracă în interiorul fiecăruia dintre noi. În interiorul nostru se află și un învingător. De fiecare dată când permitem temerilor, îndoielilor sau lipsei de încredere în noi să învingă, câștigă ratatul din noi. A învăța să vinzi înseamnă a învăța să îl învingi pe ratatul din tine. A învăța să vinzi îl scoate la iveală pe învingătorul din tine."

„A învăța să vinzi înseamnă a învăța să îl învingi pe ratatul din tine. A învăța să vinzi îl scoate la iveală pe învingătorul din tine."

Unul dintre lucrurile extraordinare legate de marketingul în rețea este că îți oferă oportunitatea să-ți înfrunți temerile, să te lupți cu ele și să le învingi, și permite învingătorului din interiorul tău să predomine. Trăsătura pozitivă a companiilor de marketing în rețea este aceea că, în timp ce înveți, liderii organizației au răbdarea să muncească alături de și pentru tine. În lumea reală a afacerilor, dacă nu poți să vinzi în trei sau șase luni ești concediat. Firma Xerox a fost mai generoasă cu mine. Ei mi-au

oferit un an de învățare și un an de probă. Dacă nu aș fi avut la dispoziție cei doi ani, știu că aș fi fost concediat. Înainte de a fi concediat, încrederea în mine a început să crească, vânzările mele s-au îmbunătățit și, doi ani mai târziu, eram în mod constant primul sau al doilea la vânzări din filiala mea. Sporirea încrederii de sine a fost mai importantă decât salariul. Reconstruirea încrederii și a respectului de sine au avut o valoare inestimabilă. Și m-a ajutat să câștig milioane de dolari. Din acest motiv, voi fi veșnic recunoscător companiei Xerox și personalului care m-a învățat să vând și, mai mult decât atât, să îmi înving îndoielile și temerile. În prezent, recomand cu tărie afacerile de marketing în rețea, pentru că acest domeniu oferă în zilele noastre aceleași oportunități de întărire și de refacere a respectului de sine pe care mie mi le-a oferit Compania Xerox.

Educația din cadrul vânzărilor m-a ajutat să o întâlnesc pe femeia visurilor mele

Ca o notă secundară, fără talentul meu de comerciant și, mai ales, fără încrederea de sine, mă îndoiesc că m-aș fi întâlnit și m-aș fi căsătorit cu femeia visurilor mele. Atunci când am întâlnit-o pentru prima oară pe soția mea Kim, am fost convins că este cea mai frumoasă femeie din lume. În prezent, o consider și mai frumoasă, pentru că este frumoasă în exterior, dar este și mai frumoasă în interior.

Când am văzut-o pentru prima oară, am rămas fără cuvinte. Mi-era teamă să o abordez. Totuși, instruirea de care am avut parte și faptul că mi-am înfrânt temerile urma să își arate roadele. În loc să mă ascund, bucurându-mă de masa pregătită sau privind-o de la distanță, fără a avea curajul să vorbesc (ceea ce obișnuiam să fac atunci când vedeam o femeie de care eram atras), am mers la ea plin de îndrăzneală și i-am spus „Bună". Educația mea în vânzări își arăta roadele.

Kim s-a întors, mi-a zâmbit cu superbul ei zâmbet și m-am îndrăgostit. Era prietenoasă, fermecătoare și puteam discuta absolut orice cu ea. Ne înțelegeam bine. Parcă ar fi ieșit din visurile mele. Totuși, când i-am cerut o întâlnire, mi-a răspuns

„Nu". Fiind un bun vânzător, am invitat-o din nou, iar ea mi-a spus „Nu". Chiar dacă încrederea de sine îmi fusese lezată, iar mândria mea de bărbat pălise, am invitat-o din nou. Din nou, răspunsul a fost „Nu". Iar asta a continuat timp de șase luni. Timp de șase luni ea m-a refuzat. Dacă nu aș fi învățat cum să îmi înving îndoielile legate de propria persoană, nu aș fi fost niciodată capabil să o întreb același lucru timp de șase luni. Mă durea sufletul. De fiecare dată când mă refuza mă retrăgeam să îmi refac mândria lezată. După șase luni de respingere, fragilul meu ego pălise de tot, totuși am continuat să o invit. Într-un final a acceptat, iar de atunci suntem împreună.

În timp ce ieșeam împreună, prietenii mei îmi spuneau: „Nu putem să credem că iese cu tine. Ea e o vulpiță, iar tu ești un câine. Arătați precum frumoasa și bestia". Parcă îl auzeam pe tatăl bogat spunând: „Talentul de comerciant este cel mai important talent în afaceri. Este și cel mai important talent în viață."

Puteți vedea o fotografie de-a mea împreună cu Kim în finalul cărții *Tânăr și bogat*. Este vorba de o poză de-a noastră pe o insulă din Fiji, zâmbind din toată inima, aceea fiind ziua în care sărbătoream faptul că devenisem liberi din punct de vedere financiar. În adâncul sufletului, știu că nu aș fi reușit în viață fără Kim. Ea este femeia visurilor mele și ea mi-a întregit viața. În anul acesta, 2004, sărbătorim 18 ani de căsătorie.

Un cuvânt despre respingere

Zilele trecute, am auzit la radio o reclamă ce spunea: „Este o afacere minunată. Nu se ocupă de vânzări". Am gândit în sinea mea: „Ce soi de persoană ar putea fi atrasă de o slujbă, darămite de o afacere care nu implică vânzări?" Apoi am realizat că majoritatea oamenilor sunt atrași de slujbele care nu implică vânzări, chiar dacă fiecare dintre noi vindem câte ceva. Cu cât m-am gândit mai mult la asta, cu atât mai mult am înțeles că oamenii nu sunt, de fapt, împotriva vânzărilor, ci le displace să fie respinși. Știu că acesta este și cazul meu. Urăsc să fiu respins. Din moment ce majoritatea oamenilor urăsc să fie respinși, m-am gândit să aduc o perspectivă nouă asupra noțiunii de *respingere*.

Cu peste douăzeci de ani în urmă, când eram un reprezentant de vânzări al firmei Xerox, ce se zbătea să își facă norma, am mers la tatăl bogat și i-am spus că nu-mi place să fiu respins. I-am spus: „Mai mult decât faptul că urăsc să fiu respins, trăiesc mereu cu teama de a fi respins. Mă surprind făcând tot posibilul pentru a evita situațiile în care aș putea fi respins. Uneori, cred chiar că aș prefera să mor decât să fiu respins. De fiecare dată când bat la o ușă, iar secretara îmi spune: « Avem deja un copiator », sau: « Nu suntem interesați de un copiator nou, mai ales unul de la Xerox », sau: « Șeful nu primește agenți comerciali » sau: « Ne surâde oferta dumneavoastră, dar noi preferăm produse de la competitorii dumneavoastră, IBM », simțeam nevoia să mă ascund undeva și să mor. Cu cât mă gândeam mai mult la faptul că eram respins, cu atât mai tare doream să mă las de vânzări și să fug în lume. Cu cât încercam să mă feresc să fiu respins, cu atât mai des îmi spunea șeful meu de la Xerox că mă va concedia."

Respingere = succes

Teama mea de a nu fi respins, respectul de sine scăzut și lipsa de încredere îmi distrugeau viața. La suprafață păream a fi plin de încredere și îndrăzneț. Păream genul de John Wayne al Marinei Statelor Unite ale Americii, deși, în realitate, eram Pee Wee Herman[1]. Tocmai în acel moment urât al vieții, atunci când era pe cale să fiu concediat, tatăl bogat mi-a dat unul dintre cele mai înțelepte sfaturi. În ziua în care am fost acceptat într-o perioadă de probă la Xerox, tatăl bogat mi-a spus: „Cei mai de succes oameni din lumea asta sunt și cei mai respinși".

„Cum ?" am întrebat, nefiind sigur că auzisem bine: „Cei mai de succes oameni din lumea asta sunt și cei mai respinși ?" „M-ai auzit bine," spuse tatăl bogat: „Oamenii care sunt respinși cel mai puțin sunt oamenii care au cel mai puțin succes."

„Deci dacă vreau să am succes în viață trebuie să fiu respins cât de mult se poate," am spus.

---

[1] Personaj interpretat de Paul Reubens, născut Paul Rubenfeld. (*N. tr.*)

„Ai înțeles perfect," zâmbi tatăl bogat.

„Nu înțeleg, te rog, explică-mi," l-am rugat.

„Gândește-te la președintele Statelor Unite. Patruzeci și nouă la sută dintre electori — zeci de milioane de oameni — au votat împotriva lui. L-au respins. Ți s-a întâmplat vreodată să fii respins de milioane de oameni?"

„Nu," am spus.

„Ei bine, atunci când ți se va întâmpla asta, vei fi faimos și plin de succes."

„Dar el a avut și milioane de oameni care l-au acceptat," am adăugat eu.

„Asta este adevărat," spuse tatăl bogat. „Dar ar fi putut să devină vreodată președintele Statelor Unite dacă i-ar fi fost teamă să nu fie respins?"

„Nu, presupun că nu. Știu că mulți oameni au făcut mult mai mult decât să îl respingă. Mulți oameni l-au urât. El are nevoie de gărzi de corp pentru că unii vor să îl ucidă. Nu cred că aș suporta o asemenea tensiune."

„Și poate tocmai de aceea nu ai obținut succesul pe care îl dorești și de care ești capabil. Ceea ce încerc să spun este că nimănui nu îi place să fie respins. Totuși, lecția zilei de astăzi este aceea că oamenii care fug de pericolul de a fi respinși sunt oamenii care au cel mai puțin succes din lume. Asta nu înseamnă că nu sunt oameni drăguți; înseamnă doar că nu au la fel de mult succes precum oamenii care sunt respinși deseori... oamenii care nu fug de posibilitatea de a fi respinși."

„Prin urmare, dacă doresc să am succes în viață, trebuie să risc din ce în ce mai mult să fiu respins?" am întrebat.

„Corect," a spus tatăl bogat. „Gândește-te la Papă. Este un om minunat și un minunat lider religios; totuși, este respins de foarte mulți. Milioane de oameni nu sunt de acord cu cele spuse de el sau cu ceea ce reprezintă el."

„Adică în loc să mă comport ca un papă lapte și să îl las pe directorul meu de vânzări să mă concedieze, ar trebui să ies în lume și să încep să fiu respins."

„Dacă nu riști să fii respins, cu siguranță vei fi concediat." Tatăl meu bogat zâmbi: „Uite ce e, nu fi fraier, să nu începi să fugi prin lume lovindu-te cu fața de zidurile vieții. Într-adevăr, nu trebuie să riști inutil să fii respins, ci trebuie să înveți din faptul că ești respins, adică să te corectezi".

„Respingere și corectare," am spus.

Încuviințând, tatăl bogat mi-a scris formula pe care o învățase la cursul de vânzări pe care îl frecventase cu mulți ani în urmă la Honolulu, cursul pentru care plătise 200 de dolari.

Respingere și corectare = Educare și accelerare

„M-am ghidat după această formulă ani întregi. De fiecare dată când am fost respins mi-am pus singur întrebările: 'Cu ce am greșit? Cum puteam să fac mai bine?' Dacă nu reușesc să găsesc un răspuns atunci vorbesc cu cineva despre vânzarea respectivă, reiau discuția, uneori jucând rolul de vânzător, iar prietenul meu în rolul cumpărătorului. Ideea este că nu spun că persoana care m-a respins este un « nenorocit », un « ticălos », un « sărăntoc » sau un « ratat »; mă abțin de la asemenea absurdități și îi mulțumesc în mintea mea persoanei respective pentru că mi-a oferit ocazia să învăț, să corectez și să îmi îmbunătățesc performanța. Îmi pun singur întrebarea: « Cum îmi voi aborda clientul pentru a avea un rezultat mai bun. »"

„Iar asta te ajută să te *educi* și să-ți *accelerezi* dezvoltarea în viață," am adăugat.

„După părerea mea, aceasta este formula potrivită pentru a obține succes în orice domeniu al vieții," spuse tatăl bogat .

„Dar dacă evit să fiu respins, procesul nici măcar nu apucă să înceapă?" am întrebat. „Respingerea este începutul educației."

Încuviințând din cap, tatăl bogat mi-a zâmbit și a spus: „Te-ai prins. De aceea, oamenii care evită să fie respinși au, pe termen lung, mai puțin succes în viață decât cei care înfruntă respingerea. Majoritatea oamenilor nu au succes pentru că nu au fost respinși îndeajuns de mult."

„Cu cât risc mai mult să fiu respins, cu atât mai tare îmi cresc şansele să fiu acceptat."

„Am înţeles," i-am spus zâmbind tatălui meu cel bogat. Câteva zile mai târziu, m-am oferit voluntar să lucrez în echipa telefonică a unei companii de caritate nonprofit, sunându-i pe oameni pentru a le cere donaţii financiare. Nu o făceam pentru bani. Făceam acest lucru pentru a contribui la o cauză care merita acest efort şi pentru a fi respins. Am înţeles că, lucrând la Xerox, rata respingerilor mele zilnice era prea mică. Sunând ca să cer donaţii noaptea, puteam spori numărul de respingeri. Ştiam că puteam să mă corectez mai bine dacă eram respins mai des. Cu cât mă corectam mai bine, cu atât mai instruit deveneam. Şi cu cât mai instruit deveneam, cu atât aveam mai mult succes. Trei nopţi pe săptămână, după serviciul de la Xerox, munceam la birourile acestei acţiuni de caritate. Timp de un an de zile i-am sunat pe oameni să le cer donaţii fără să fiu plătit. În timpul acelui an am trecut de la a fi aproape de concediere în cadrul companiei Xerox, până la a ajunge primul ca record în vânzări pentru următorii doi ani. Odată ce am avut succes în vânzări la firma Xerox, mi-am dat demisia şi m-am implicat cu normă întreagă în afacerea cu portofele sport din nailon, închise cu arici, în care lucrasem până atunci doar în timpul liber. Îmi începeam, astfel, călătoria personală prin cadranul P. Lecţia pe care am învăţat-o a fost că şansele mele de a fi acceptat cresc cu cât îmi sporesc riscurile de a fi respins.

O rată de respingere de 98 la sută

Înainte de a încheia subiectul respingerii, m-am gândit că ar fi mai bine să vă ofer unele adevăruri legate de acest subiect. Atunci când am fost, pentru scurt timp, înscris la şcoala de afaceri, unul dintre profesori mi-a spus: „Pentru a avea succes în afaceri trebuie să ai dreptate cel puţin 51 la sută din timp". După părerea mea, aceasta este o informaţie eronată. În realitate, o persoană poate să aibă succes enorm având un procentaj de succes mult mai redus.

De exemplu, în afacerile care trimit oferte prin poştă, dacă o companie trimite 1 milion de scrisori şi primeşte răspunsuri de

2 procente, de cele mai multe ori, acesta este considerat un răspuns foarte bun. Asta înseamnă mai exact că 98 la sută dintre oameni au spus „Nu". Nouăzeci la sută au respins scrisorile și totuși mai sunt încă 2 000 care au spus „Da". De fapt, în cazul majorității campaniilor de masă, o respingere de 98 de procente este considerată ca fiind foarte bună.

Concluzia pe care o puteți trage din această situație este: dacă doriți să aveți mai mult succes în viață căutați, pur și simplu, să fiți respinși mai des, în așa fel, încât să vă puteți corecta apoi. Frumusețea unei afaceri de marketing în rețea este aceea că sunteți încurajați să mergeți în lume și să fiți respinși. Ce ocazie excelentă! Dacă doriți cu adevărat să obțineți succese mai mari în viață, alăturați-vă unei companii de marketing în rețea și învățați să vă depășiți temerile de a fi respinși. Dacă petreceți cinci ani făcând acest lucru, pariez că restul vieții dumneavoastră veți avea mult mai mult succes decât până atunci. Cel puțin acesta a fost cazul meu. De fapt, eu continui să caut din ce în ce mai multe ocazii de a fi respins. Din acest motiv am învățat să fiu un orator public și apar la televizor cu programele mele ce au rol de reclamă. În prezent, milioane de oameni din toată lumea mă resping. Acesta este motivul pentru care devin din ce în ce mai bogat.

Învățare versus vânzare

Marketingul în rețea oferă provocări mai mari decât cele pe care mi le-a oferit compania Xerox.

Motivul pentru care spun asta este că, la Xerox, tot ce trebuia să fac era să învăț să vând. În marketingul în rețea nu trebuie doar să înveți să vinzi; mai trebuie să îi înveți și pe alții să vândă. Dacă poți vinde, dar nu îi poți învăța pe alții să vândă, nu vei avea succes în marketingul în rețea. Aceasta înseamnă că unul dintre lucrurile extrem de bune legate de marketingul în rețea este faptul că, pentru a avea succes trebuie să fii un profesor foarte bun. Dacă îți place să înveți și să îi înveți pe alții o vei duce foarte bine cu ajutorul marketingul în rețea.

Pentru mine personal, învățarea este cu mult mai satisfăcătoare decât simpla vânzare. Frumusețea unei rețele de marketing în rețea este aceea că afacerea te învață să fii profesor, nu doar

vânzător. Dacă îţi place să înveţi şi să îi înveţi pe alţii, o afacere de marketing în reţea reprezintă afacerea potrivită căreia să i te alături. De aceea, am numit această carte *Şcoala de afaceri. Pentru oamenii cărora le place să îi ajute pe alţii.*

Directorii de vânzări nu vând, ei îi învaţă pe ceilalţi

În timpul cercetărilor pe care le-am făcut asupra diverselor afaceri de marketing în reţea, am găsit mulţi oameni plini de succes care munceau din greu şi erau buni vânzători, dar care nu aveau succes cu afacerea lor. Motivul era că vindeau şi pentru aceia incapabili să vândă singuri. De exemplu, am mers la o întâlnire în care iniţiatorul unei noi afaceri de acest gen îşi invitase câţiva prieteni şi membri ai familiei să-i asculte prezentarea. Ascultând prezentarea, am realizat că superiorul direct, cel care îl recrutase pe noul proprietar de afacere, era cel ce făcea toată munca. Noul proprietar al afacerii nu spunea absolut nimic.

După întâlnire, l-am întrebat pe noul proprietar dacă cel care îl recrutase petrecuse cât de puţin timp pentru a-l învăţa noţiunile de bază ale vânzărilor. El a răspuns: „Nu, recrutorul meu nu doreşte decât să aducem oameni la întâlniri. El este singurul care realizează vânzările pentru că el este cel mai bun comerciant".

Atunci mi-am dat seama că era ceva în neregulă legat de sistemul educaţional al respectivei afaceri de marketing în reţea. În primul rând, educaţia în vederea dezvoltării abilităţilor de vânzare era o glumă proastă. Compania sa oferea o bibliografie a cărţilor ce trebuiau citite, dar nimeni nu se obosea vreodată să citească vreuna. În al doilea rând, doreau doar ca noii proprietari de afaceri să îşi aducă prietenii şi familia în aşa fel, încât cel mai bun vânzător să îi convingă. Nu era o şcoală de afaceri. Era o şcoală al cărei scop nu era învăţarea, ci realizarea vânzărilor.

Pe când eram la Xerox, directorul meu de vânzări, Charlie Robinson, a fost unul dintre cei mai buni profesori pe care i-am avut vreodată. Eu stabileam întâlnirile, iar Charlie venea alături de mine la întâlnirile de vânzări. Nu spunea mai nimic pe parcursul întâlnirii. După întâlnire, mergeam în biroul lui şi analizam prezentarea. Discutam punctele mele forte şi slăbiciunile. În urma lecţiei şi a corecturilor, Charlie parcurgea împreună cu

mine mai multe exerciții și probleme de fixare a abilităților de vânzare, mai ales în privința abilității de a trece peste o respingere. În felul acesta, am devenit comerciant. Am devenit un vânzător capabil pentru că am avut un profesor excelent. Chiar dacă și el fusese un comerciant extrem de bun, odată ce devenise director de vânzări, Charlie a trebuit să preia rolul de profesor. Și era cu adevărat un profesor excelent. Tocmai din această cauză asista tăcut la majoritatea întâlnirilor mele. Rareori intra în discuție pentru a-mi arăta cum trebuie procedat, dar în majoritatea timpului doar asista, lăsându-mă să greșesc dacă era cazul. Mesajul este acela că, pentru a avea succes în marketingul în rețea, trebuie să fiți așa cum era Charlie Robinson: un vânzător excelent, dar și un profesor excelent. Odată ce învățați să fiți astfel, afacerea va fi pentru dumneavoastră un vis devenit realitate.

„Câinii de vânzări"

Eu și Blair Singer, care îmi este de peste 20 de ani prieten foarte drag, consilier la firma Tată bogat și autor al cărții *Câinii de vânzări* și *The ABC's of building a business team that wins* suntem amândoi implicați în vânzări de ani de zile. Amândoi ne-am început cariera comercială în Hawaii ca reprezentanți de vânzări începători. El s-a alăturat firmei Burroughs Corporation, cunoscută în prezent sub numele de UNISYS, cam în perioada în care eu m-am alăturat firmei Xerox. Amândoi am trecut prin lumea educației corporatiste legate de vânzări. Unul dintre lucrurile pe care eu și Blair le-am remarcat este că, deși mulți proprietari ai unor afaceri de marketing în rețea învață să vândă, totuși eșuează pentru că nu reușesc să devină și buni directori de vânzări. În lumea marilor afaceri ale Americii, directorii de vânzări sunt profesori, nu doar vânzători.

În cartea sa, *Câinii de vânzări*, Blair vorbește despre diferitele tipuri de oameni implicați în vânzări care se găsesc în orice organizație comercială, și cum fiecare „câine" trebuie să primească o educație aparte. Blair spune: „Motivul pentru care educația comercială este atât de importantă într-o afacere de marketing în rețea este acela că nu trebuie doar să înveți cum să vinzi; trebuie, de asemenea, să înveți cum să îi înveți pe alții să vândă. Dacă nu îi poți educa pe alții să devină buni vânzători, nu vei avea succes într-o afacere de marketing în rețea".

Datoriile pe cărțile de credit

Unul dintre motivele pentru care atât de mulți oameni au în prezent datorii către companiile de cărți de credit este că ei nu pot să vândă. Atunci când oamenii cumpără diverse lucruri pe credit ei își vând, în realitate, munca lor viitoare. În multe cazuri, atunci când sunt folosite cărțile de credit, oamenii își vând *viitorul* ca să cumpere ceva *astăzi.* Motivul pentru care atât de mulți oameni au datorii către companiile de cărți de credit este că au fost educați să fie excelenți cumpărători, dar nu și excelenți *vânzători.*

În loc să vă vindeți *viitorul*, vă recomand să vă alăturați unei firme de marketing în rețea și să învățați să vindeți. Dacă învățați să vindeți și vă creați o afacere înfloritoare de marketing în rețea, veți fi capabili să vă folosiți cartea de credit pentru a cumpăra tot ce doriți, reușind să plătiți factura la sfârșitul fiecărei luni. După mine, ar fi mai înțelept decât să vă vindeți *viitorul.* Dumnea-voastră, ca și mine, știți că nu vă va mai rămâne mult din viitor după ce îl vindeți.

În concluzie

Mai simplu spus, abilitatea de a vinde este un talent extrem de important în viață pentru oricine. Chiar și pisica mea este o comerciantă. De fapt, pisica mea știe să vândă mai bine decât mulți alții. În fiecare dimineață, dacă nu îi dau să mănânce atunci când îi este foame, pisica îmi va explica exact ce și când anume dorește acel lucru. Oamenii sunt antrenați să nu facă acest lucru. O afacere de marketing în rețea vă poate reface talentul natural de a obține ceea ce doriți de la viață prin faptul că vă învață cum să vindeți și cum să îi învățați pe alții să vândă.

Următoarea valoare

În capitolul următor vom discuta despre cum anume vă ajută o afacere de marketing în rețea să vă dezvoltați talentul de lider. Tatăl bogat spunea: „În cadranul P, talentul de conducător nu este o abilitate opțională."

CAPITOLUL 8

A șasea valoare: Conducerea

Atât tatăl bogat, cât și tatăl sărac erau foarte buni lideri. Tatăl sărac era șeful inspectoratului școlar pe întregul statul Hawaii. Era un orator nemaipomenit și a lucrat cu multă sârguință să îmbunătățească, pentru toți copiii din statul nostru, calitatea educației. Tatăl bogat era și el un excelent lider. El și-a inspirat angajații și investitorii în așa fel, încât să îl ajute să construiască un extraordinar imperiu de afaceri. Atunci când m-am întors din Vietnam, tatăl bogat mi-a reamintit cât de important era să lucrez în vederea antrenării abilităților mele de conducere. El a spus: „Liderii fac ceea ce se tem să facă cei mai mulți oameni". Poate acesta este motivul pentru care sunt atât de puțini conducători de afaceri situați în cadranul P. În acest capitol, voi discuta despre valoarea abilităților de conducere pe care și le dezvoltă o persoană în cadrul unei afaceri de marketing în rețea.

Unul dintre motivele pentru care tatăl bogat m-a încurajat să intru în Corpul de Marină și apoi să merg în Vietnam a fost pentru a-mi dezvolta abilitățile de conducere. În Vietnam, am descoperit că un lider nu este acel om dur care țipă sau care te maltratează. În focul luptei, am descoperit că liderii cei mai buni erau de multe ori tăcuți, curajoși și că, atunci când vorbeau, se adresau direct sufletelor și inimilor noastre. Unul dintre marile

avantaje ale unei afaceri de marketing în reţea este acela că îşi ajută liderii să îşi formeze abilităţile de conducere.

Talentul de conducător nu este opţional

Tatăl bogat mai spunea: „În fiecare cadran pot fi găsiţi conducători. Totuşi, nu trebuie să fii conducător pentru a avea succes în oricare cadran... cu excepţia cadranului P. În cadranul P, talentul de conducător nu este opţional". El mai spunea în continuare: „Banii nu se strâng în afacerile care au cele mai bune produse sau servicii. Banii se adună în afacerile care au cei mai buni conducători şi cele mai bune echipe de management".

Dacă priviţi cadranul fluxului de numerar veţi vedea că există conducători în fiecare cadran.

Tatăl meu sărac, de exemplu, era un conducător dinamic din cadrul cadranului A, în timp ce tatăl bogat era conducător în cadranele P şi I. De la o vârstă fragedă, ambii mei taţi au accentuat importanţa dezvoltării talentului meu de conducător. Din ceastă cauză, amândoi mi-au recomandat să mă înscriu la Cercetaşi, să particip la jocuri de grup şi să mă înrolez în armată. Dacă privesc în urmă, analizând care gen de educaţie m-a susţinut cel mai bine în cadrul succesului meu financiar şi profesional, aş

spune că nu este vorba de materiile studiate în şcoală, ci de educaţia pe care am primit-o la Cercetaşi, în sport şi în timpul armatei.

În 1974, când îmi conduceam maşina pentru ultima oară înspre Aeroportul Corpului de Marină, părăsind lumea armatei şi intrând în lumea afacerilor, mă întrebam: „Oare abilităţile mele de conducere vor fi suficient de bune?" Aceia dintre voi care ştiu ce mi s-a mai întâmplat după ce am părăsit armata ştiu că educaţia de conducere pe care o primisem la Cercetaşi, în sport şi în timpul armatei nu a fost suficientă pentru provocările din cadranul P al afacerilor care îmi stăteau în faţă. Mai aveam multe de învăţat.

Motivul pentru care abilităţile mele militare de conducere nu erau potrivite era simplul fapt că regulile, contextul şi mediul sunt diferite în cadrul armatei faţă de cele din lumea afacerilor. Atunci când ne pregăteam de război ştiam că, dacă nu am fi fost conducători buni, ar fi murit oameni. În lumea afacerilor, dacă nu eşti un conducător bun, vei fi dat în judecată sau cineva va depune o plângere la reprezentantul său sindical. În armată, eram motivaţi de teama de moarte, de valoarea echipei şi de importanţa misiunii noastre. În lumea civilă, am descoperit deseori valori motivaţionale opuse. În lumea afacerilor, siguranţa, nu libertatea îi motiva pe oameni, banii, nu misiunea, individul, nu echipa, şi managementul, nu conducerea. Din cauza acestor diferenţe de valoare am avut dificultăţi în lumea afacerilor, şi chiar şi în ziua de azi continui să mă lupt cu aceste diferenţe.

Da, ştiu că atunci când angajaţii merg la şedinţele de grup ale firmelor, managerii vorbesc despre misiunea companiei, despre importanţa spiritului de echipă şi despre toate celelalte idealuri înalte de acest gen. Totuşi, am descoperit că în majoritatea afacerilor din zilele noastre banii, beneficiile şi siguranţa sunt adevăratul liant. Atunci când am început să cercetez diferite firme de marketing în reţea am început să descopăr mulţi conducători — din nou, aceasta se aplică unora dintre ei — care aveau aceleaşi valori de bază ca şi cele pe care le au conducătorii militari. Ei consideră ca fiind foarte importante valoarea misiunii, a echipei, şi a libertăţii. Majoritatea conducătorilor pe care i-am întâlnit din cadrul afacerilor de marketing în reţea, tineri şi bătrâni,

reuşeau cu adevărat să te inspire. Nu erau precum majoritatea managerilor pe care i-am întâlnit în lumea marilor afaceri, care doar se credeau conducători.

Managerii nu sunt lideri

După mine, una dintre cele mai importante valori ale unei afaceri de marketing în reţea este educaţia de a deveni conducător pe care o primeşti, care îţi oferă învăţătura, timpul şi oportunităţile de a-ţi dezvolta unul dintre talentele personale cele mai importante, care este esenţial pentru succesul în cadranul P. Aceste abilităţi de conducere sunt foarte diferite de capacităţile manageriale ce sunt de cele mai multe ori necesare în cadranele A şi L. Să nu mă înţelegeţi greşit. Talentele manageriale sunt foarte importante, dar trebuie să fie înţeleasă diferenţa dintre talentele manageriale şi cele de conducere, să înţelegeţi dacă le-aţi dezvoltat sau nu pe acestea din urmă şi când anume trebuie să le folosiţi. După cum ar spune tatăl bogat: „Managerii nu sunt neapărat lideri, iar liderii nu sunt neapărat manageri".

Ori de câte ori întâlnesc pe cineva din cadranul A sau L care are probleme în efectuarea tranziţiei spre cadranul P, de cele mai multe ori îmi dau seama că acel cineva are abilităţi tehnice şi manageriale extraordinare, dar este lipsit aproape complet de talentul de conducător. De exemplu, prietenul unui prieten a venit la mine pentru că dorea să strângă nişte bani să îşi deschidă propriul său restaurant. El este un bucătar extraordinar, cu o pregătire deosebită în domeniu, care are în spate mulţi ani de experienţă în restaurante de prestigiu. Avea o idee unică şi inovatoare pentru restaurantul său, un plan de afaceri bine realizat, proiecte financiare extrem de bune, o locaţie superbă deja găsită şi o clientelă care l-ar fi urmat la noul său restaurant. Avea nevoie doar de cineva care să investească 500 000 de dolari.

Au trecut cinci ani de când şi-a întocmit planul de afaceri. Este un plan extrem de bun, dar toţi cei pe care i-a rugat să investească în acest plan, inclusiv eu, l-au refuzat. Şi în ziua de astăzi lucrează în acelaşi restaurant ca angajat; este în continuare un bucătar remarcabil; şi încă mai caută un capital de 500 000 de

dolari pentru a-şi începe afacerea. Nu ştiu de ce anume nu au investit în el ceilalţi investitori, dar vă pot spune de ce am refuzat eu să investesc. Următoarele sunt motivele pentru care nu am investit:

Motivul nr. 1: Deşi avea experienţă, şarm şi carismă, îi lipsea necesarul talent de conducător cu care ar inspira încredere. Deşi putea să deschidă un restaurant şi să îl conducă cu succes, mă îndoiesc că ar fi reuşit să îl transforme într-un mare lanţ de restaurante. Lipsa lui de încredere spunea: „Voi avea succes, dar voi rămâne întotdeauna la un nivel mic al succesului". Cu alte cuvinte, avea abilităţi manageriale şi organizatorice extrem de bune, dar nu cred că avea abilităţile de conducere necesare pentru a-şi duce la îndeplinire planul. Nu am nicio îndoială că ar fi putut fi managerul însărcinat cu 10 restaurante, dar mă îndoiesc că avea talentul de conducător pentru a construi o afacere care să ducă la 10 restaurante. El ar avea nevoie de un partener de afaceri cu abilităţi de conducere şi cu talent în afaceri, dar fiind genul tipic de persoană care se mută din cadranul A spre L, el nu îşi doreşte parteneri. El doreşte să îşi construiască de unul singur afacerea visurilor sale.

Motivul nr. 2: Atunci când priviţi Cadranul fluxului de numerar diferenţa între cadranele L şi P ţine de dimensiune. De exemplu, dacă aţi auzi pe cineva spunând: „Vreau să deschid un restaurant mic în care să vând hamburgeri la colţul dintre 6th Street şi Vine Street", aţi şti că este foarte probabil ca această persoană să rămână blocată în cadranul L pentru o lungă perioadă de timp. Pe de altă parte, dacă aţi auzi pe altcineva spunând: „Vreau să deschid câte un restaurant mic de vândut hamburgeri la fiecare mare intersecţie din fiecare oraş mare din întreaga lume şi voi denumi această afacere McDonalds", v-aţi da seama imediat că, deşi această persoană plănuieşte în fond să deschidă acelaşi mic restaurant de servit hamburgeri, această a doua persoană plănuieşte să îşi deschidă o afacere în cadranul P. Cu alte cuvinte, este vorba despre aceeaşi afacere, dar din

cadrane diferite. Tatăl bogat ar fi spus: „Diferența între numerele de colțuri de stradă o face talentul de lider".

Prin urmare, nu am refuzat să investesc pentru că mă îndoiam că mi-ar fi fost rambursată investiția. Nu din cauză că afacerea ar fi eșuat, dar mă îndoiam că mi-aș fi primit vreodată banii înapoi, el rămânând pentru întotdeauna cu o afacere de dimensiuni mici, chiar dacă de succes. În plus, chiar dacă mi i-ar fi returnat, ar fi putut dura o lungă perioadă de timp. Dacă i-ați întreba pe majoritatea investitorilor, ei nu sunt interesați de cât de bun ar fi restaurantul. Ei vor să știe cât de mult va crește lanțul de restaurante.

Motivul nr. 3: Cel de-al treilea motiv pentru care nu am investit a fost că nu merita să investesc dacă această afacere nu s-ar fi dezvoltat. Aș fi fost stimulat să investesc dacă afacerea lui ar fi crescut foarte mult și mi-ar fi putut transforma cei 500 000 de dolari în zeci de milioane de dolari. Lipsindu-i abilitățile de conducere necesare pentru a-și dezvolta restaurantul, era îndoielnic că mi-ar fi putut transforma cei 500 000 de dolari în milioane de dolari. Acesta este prețul plătit atunci când îți lipsește talentul de lider, de a muta o afacere din cadranul L în cadranul P. După cum spunea tatăl bogat : „Banii nu se strâng în afacerile care au cele mai bune produse sau servicii. Banii se adună în afacerile care au cei mai buni conducători și cele mai bune echipe de management".

Motivul nr. 4: Cel de-al patrulea motiv pentru care nu am investit în el a fost că el voia să fie cel mai inteligent membru al propriei echipe. Avea o problemă legată de mândrie. După cum spunea deseori tatăl bogat: „Dacă tu ești liderul echipei și în același timp ești cel mai inteligent membru al echipei, echipa ta are probleme". Ce voia să spună tatăl bogat era că, în cadranul L, de multe ori, șeful afacerii este în același timp și persoana cea mai inteligentă din întreaga echipă. De exemplu: mergi la doctor sau la dentist — nu la recepționer — pentru a-ți rezolva problemele medicale.

În cadranul P, abilitățile de conducere sunt foarte importante pentru simplul motiv că persoana din cadranul respectiv are de-a face cu oameni care sunt mult mai inteligenți, au mai multă experiență și sunt mai capabili decât el. De exemplu, l-am văzut pe tatăl bogat — un om lipsit de orice educație formală — tratând cu bancheri, avocați, contabili, consilieri de investiții și alții pentru a-și face datoria. Majoritatea acestora aveau diplome de masterat, iar unii chiar diplome de doctorat. Cu alte cuvinte, pentru a-și putea face treaba, el trebuia să conducă și să îndrume oameni care erau mult mai educați și aveau studii în diferite domenii profesionale. Pentru a-și putea strânge banii necesari afacerilor proprii trebuia să trateze cu oameni mult mai bogați decât el.

Studenții de nota 10 lucrează pentru cei de nota 5.

În multe cazuri, o persoană din cadranul L are de a face doar cu clienți, egali ei, precum alți doctori și avocați și subordonați. Pentru a face trecerea spre cadranul P, o modificare radicală este necesară în cadrul abilităților de conducere, nu a celor tehnice. Cu alte cuvinte, dacă aveți abilități de conducere extrem de bune, vă puteți permite să angajați oameni extrem de bine instruiți din punct de vedere tehnic, de care are nevoie o afacere pentru a se dezvolta, precum avocați, contabili, directori generali executivi, președinți, vicepreședinți, ingineri și manageri. După cum am afirmat în cărțile apărute mai înaintea acesteia, studenții de nota 10 lucrează pentru studenții de nota cinci, iar cei de 7-8 lucrează pentru guvern. Dacă sunteți student de cinci (C), iar acel C reprezintă faptul că sunteți capabil să *comunicați* și aveți, de asemenea, talente deosebit de bune de conducere, atunci vă veți putea permite să angajați studenți de nota 10 care au abilități tehnice extrem de bune.

Talentul de conducător nu este opțional

Într-o zi, acel prieten al prietenului meu m-a sunat să mă întrebe de ce nu am investit în restaurantul său. I-am comunicat,

mai mult sau mai puțin exact, cele patru motive discutate mai sus. Rănit și încercând să se apere, el mi-a spus: „Dar am cea mai bună calificare din lume. Bucătari șefi din întreaga lume visează să meargă la școala culinară pe care am absolvit-o eu. Am ani de experiență, nu doar la bucătărie, ci și în managementul restaurantului. Cum poți să spui că îmi lipsește talentul de conducător?"

„Atunci când dezvolți o afacere, talentele de conducere sunt o necesitate."

După ce i-am explicat răbdător faptul că banii, talentele de conducere și încrederea merg mână în mână, a început să îmi înțeleagă punctul de vedere. Totuși, cred că nu a reușit să înțeleagă în totalitate. În final, a spus: „Dar de ce aș avea nevoie de talent de conducere atâta timp cât am o pregătire atât de bună și ani de experiență?" Atunci când i-am recomandat să se alăture unei afaceri de marketing în rețea în care se predă atât educația financiară, cât și dezvoltarea talentului de conducere. S-a enervat și mi-a spus : „Lucrez într-un restaurant. Nu am nevoie de altă educație financiară și de dezvoltarea talentului de conducător". Am înțeles că, pentru el, educația financiară care l-ar fi ajutat o viață întreagă și dezvoltarea abilității de conducător erau opționale. Din punctul de vedere al tatălui bogat, abilitățile de conducător sunt o necesitate pentru a dezvolta o afacere. Din punctul lui de vedere, talentul de conducător nu este opțional în cadranul P.

Cea mai bună educație din lume

După cum am afirmat la începutul acestei cărți, una dintre lucrurile cele mai valoroase pe care le-am descoperit în afacerile de marketing în rețea era faptul că ofeream o educație financiară capabilă să îți schimbe complet viața. De asemenea, am întâlnit cele mai bune programe din lume pentru dezvoltarea atât a celor mai bune afaceri cât și a talentelor de conducător. Din punctul

meu de vedere, valoarea acestor programe este inestimabilă pentru cei care doresc să se mute din cadranele A şi L în cadranul P.

De când am făcut acele cercetări şi am renunţat la prejudecăţile legate de domeniu, am întâlnit mulţi întreprinzători de succes care s-au perfecţionat în cadrul afacerilor de marketing în reţea. De curând, am întâlnit un tânăr care a câştigat sute de milioane de dolari din afacerea sa cu calculatoare. El mi-a spus: „Am fost programator ani de zile. Într-o zi, un prieten m-a invitat la o întâlnire şi m-am înscris în afacerea sa de marketing în reţea. Timp de şase ani, tot ceea ce am făcut a fost să merg la întâlniri, să particip la evenimente, să le citesc cărţile şi să audiez casetele. Şi astăzi mai am în dulap sute de benzi audio şi de cărţi din acea perioadă. Nu numai că am ajuns să am succes în afacerea de marketing în reţea, dar am folosit cele învăţate pentru a renunţa la slujba de programator pe care o păstrasem de ani de zile, odată ce afacerea mea de marketing în reţea mi-a oferit suficiente venituri indirecte pentru a-mi începe propria afacere cu calculatoare. Acum trei ani, mi-am transformat afacerea cu calculatoare într-o companie publică, pe acţiuni, şi am câştigat peste 48 de milioane de dolari profit net, după plata impozitelor. Nu aş fi putut realiza acest lucru fără cunoştinţele pe care le-am primit în acea afacere de marketing în reţea. A fost cea mai bună educaţie de dezvoltare a talentului de afacerist şi a abilităţilor de conducător din lume".

Liderii se adresează sufletului tău

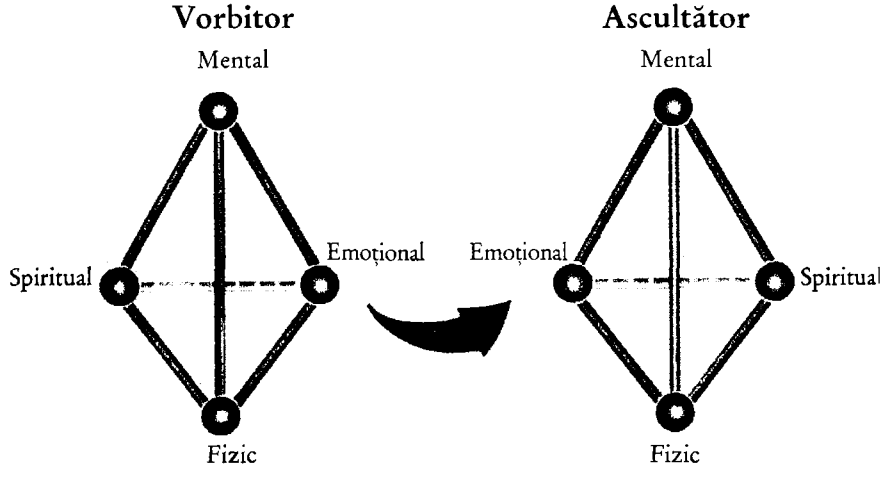
În timp ce mă documentam, am participat la multe întâlniri şi evenimente. În cadrul respectivelor evenimente i-am ascultat pe unii dintre cei mai buni lideri în afaceri vorbind pentru a-i face pe participanţi să îşi găsească propria cale spre succes. În timp ce îi ascultam pe mulţi dintre aceşti indivizi povestindu-ne cum au început de la zero şi cum au devenit în final mai bogaţi decât şi-ar fi putut visa vreodată, am înţeles că aceste afaceri făceau ceea ce mă sfătuise tatăl bogat să fac: să devin lider. Părând că pun un mare accent pe bani, ei îi îndemnau pe oameni să iasă din propriile cochilii, să îşi depăşească temerile şi să îşi urmărească visurile

ce fac ca viața să merite a fi trăită. Pentru a realiza asta era necesare ca oratorul să aibă anumite abilități de conducător. Motivul pentru care sunt necesare aceste talente de conducător este acela că mulți oameni folosesc aceleași cuvinte vorbind despre visuri, despre timpul petrecut în familie și libertate. Dar puțini oameni sunt destul de inspirați pentru a-l urma pe cel ce folosește aceste cuvinte.

Distrugerea sufletului tău

Mai devreme, în această carte, această diagramă a fost folosită în capitolul legat de valoarea educației care îți schimbă viața. Acel capitol vorbea despre puterea educației care trebuie să te influențeze mai mult decât ideile. Educația care îți schimbă viața te afectează mental, emoțional, sufletesc și fizic. Ceea ce urmează este o diagramă care reprezintă modul în care cineva folosește emoțiile pentru a motiva pe altcineva să realizeze o muncă fizică.

Comunicarea de la emoție la emoție



În cazul meu, școala a folosit multe trucuri mentale pentru a mă speria cu scopul să studiez din greu și să obțin note bune. Pe

măsură ce am crescut, am întâlnit, de asemenea, mulți oameni care te puteau motiva folosindu-se de diferite șiretlicuri de natură emoțională pentru a te determina să faci ceea ce doreau ei.

Următoarele sunt exemple în care o persoană folosește trucuri de natură emoțională în cadrul comunicării lor:

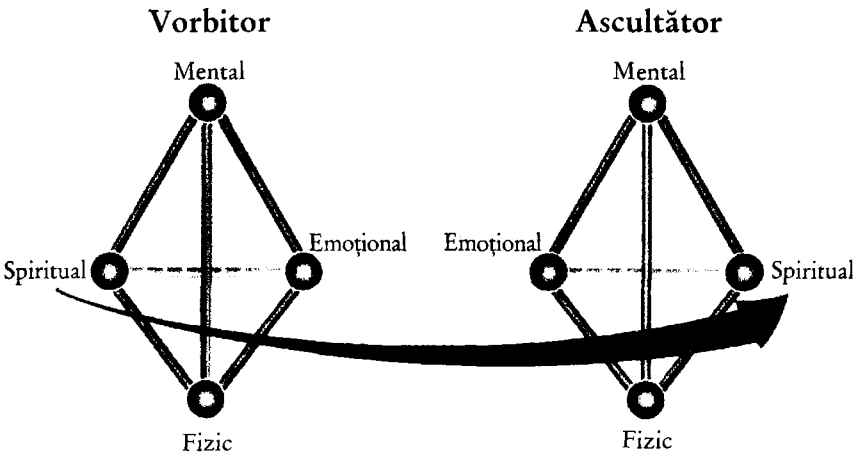
1. „Dacă nu obții note bune, nu vei găsi o slujbă bună."
2. „Dacă nu vii la timp la serviciu, vei fi concediat."
3. „Dacă votezi pentru mine, te voi asigura că vei continua să beneficiezi de ajutor social."
4. „Joacă precaut, nu îți asuma riscuri care nu sunt necesare."
5. „Alătură-te afacerii mele, poți câștiga mulți bani."
6. „Dă-mi voie să îți arăt cum să te îmbogățești rapid."
7. „Fă cum îți spun."
8. „După cum știi, firma trece printr-o perioadă grea. Dacă nu vrei să fii concediat, ar fi mai bine să nu ceri o mărire de salariu."
9. „Nu poți să îți dai demisia, cine te va plăti la fel de bine cât te plătesc eu?"
10. „Mai ai doar opt ani până la pensie. Nu tulbura apele."

După părerea mea, mare parte a comunicării din zilele noastre se folosește de teamă sau lăcomie pentru a-i motiva pe oameni să facă ceva. Dacă teama și lăcomia ajung să fie factorii principali care ne motivează, acest lucru ne omoară sufletul.

Adevărații lideri însuflețesc sufletul

Când eram în Vietnam, aveau loc multe discuții emoționante. Totuși, ceea ce-i făcea pe conducătorii noștri să fie minunați era faptul că reușeau să se adreseze sulfetului nostru. Ei puteau vorbi în așa fel, încât spusele lor să treacă dincolo de teama noastră de moarte și să se adreseze direct sufletelor noastre, acelei părți care este puternică și invincibilă. Cele ce urmează sunt cuvinte rostite de mari conducători. Aceste vorbe merg dincolo de temerile și de îndoielile noastre și se adresează sufletului nostru, după cum arată diagrama următoare:

Comunicarea de la suflet la suflet



Este posibil să vă reamintiți unele dintre aceste cuvinte care ne-au atins sufletul, multe dintre ele rămânând înscrise în istorie.

1. „Se apropie momentul care va hotărî dacă americanii vor fi liberi sau vor fi sclavi" — *George Washington*
2. „Redați-mi libertatea sau ucideți-mă" — *Patrick Henry*
3. „Amintiți-vă de Alamo" — *un strigăt de luptă texan*
4. „Cu 87 de ani în urmă" și, de asemenea, „Nu-i așa că îmi distrug inamicii dacă-i transform în prieteni?" — *Abraham Lincoln*
5. „Nu poți să ții un om jos fără să rămâi și tu alături de el" — *Booker T. Washington*
6. „Nu vă întrebați ce poate face țara voastră pentru voi ...." *John F. Kennedy*
7. „Am un vis..." — *Martin Luther King*
8 „A câștiga este un obicei. Din nefericire, la fel este și a pierde." — *Vince Lombardi*
9. „Doar credința în libertate ne poate menține liberi" — *Dwight Eisenhower*
10. „Lașii nu pot fi niciodată morali" — *Gandhi*

11. „Nu fi umil, nu ești chiar atât de nemaipomenit." — *Golda Meir*
12. „A avea putere echivalează cu a fi o adevărată doamnă. Dacă este necesar să spui oamenilor că ești așa, nu ești cu adevărat." — *Margaret Thatcher*
13. „Nu permite lucrurilor pe care nu le poți face să te împiedice să faci ceea ce poți face." — *John Wooden*
14. „Cel mai bun prieten al meu este acela care aduce la suprafață ceea ce este mai bun în mine." — *Henry Ford*
15. „Încearcă nu să devii un om de succes, ci un om de valoare" — *Albert Einstein*

În concluzie: există trei tipuri diferite de lideri

Frumusețea unui program de conducere a marketingului în rețea este aceea că scoate la iveală un gen diferit de conducători. Armata a dezvoltat un tip de lideri care i-au inspirat pe bărbați și pe femei să își apere țara. Lumea afacerilor dezvoltă un gen de conducător care construiește echipe pentru a își învinge competitorii. În lumea marketingului în rețea, avem de-a face cu tipul de conducător care îi influențează pe ceilalți fiind un bun profesor, educându-i pe alții să-și îndeplindească visul prin educarea altora să-și îndeplinească visul. În loc să își învingă inamicii sau competitorii, majoritatea conducătorilor de marketing în rețea, pur și simplu, îi inspiră și îi educă pe alții să-și găsească răsplata financiară fără să îi rănească pe alții.

În concluzie, fiecare dintre aceste trei tipuri de conducători se adresează sufletului uman, dar diferitele tipuri de conducere scot la iveală diferite genuri de conducători. Dacă vă place să conduceți prin educarea, influențarea și inspirarea altora ca aceștia să-și dobândească bunăstarea financiară, fără să fie nevoiți să își învingă competitorii, atunci vă este potrivită o afacere de marketing în rețea.

Următoarea valoare

Următorul capitol se referă la diferența de valoare dintre bani și avere. Din nefericire, majoritatea oamenilor au fost educați să

muncească pentru bani, când, de fapt, ar trebui să muncească pentru a se îmbogăți. Unul dintre motivele pentru care mulți oameni nu au succes într-o afacere de marketing în rețea este că abordează această afacere căutând bani, și nu șansa de a se îmbogăți. După cum spunea tatăl bogat: „Cei bogați nu muncesc pentru bani, cei săraci și cei din clasa de mijloc sunt cei care o fac".

CAPITOLUL 9

A șaptea valoare: A nu lucra pentru bani

În cadrul unei emisiuni radiofonice din anul 2002, cineva a sunat și mi-a adresat următoarea întrebare:

„Sunt inginer electrician și lucrez pentru o mare companie de calculatoare din Silicon Valley. După cum știți, industria tehnologiei de vârf a fost devastată, mai ales aici, în California. Nu am fost concediat, dar mi s-a cerut să accept o scădere de salariu și să lucrez un număr mai mic de ore. Știți cât de scumpe sunt proprietățile imobiliare în Bay Areea. Rata ipotecii la casă este practic la fel de mare ca și salariul meu actual. Mi-e teamă că mi-aș putea pierde casa dacă mi se mai impune o reducere a salariului. În plus, fondul meu de pensii, 401(k), a fost practic redus la zero. Ce ar trebui să fac?"

„Ați încercat să vă vindeți casa?" a fost prima mea întrebare.

„Am încercat," a spus cel care sunase. „Problema este că valoarea casei a scăzut atât de mult, încât datorez mai mult decât valorează casa. Dacă ar fi să o vând ar trebui să îi plătesc cumpărătorului, și nu să îmi plătească el. Apoi mi-aș pune problema locuinței. Chiriile sunt la fel de mari ca și ratele la casă."

„Cu ce se ocupă soția dumneavoastră?" am întrebat.

„Lucrează la un centru de îngrijire a copiilor. Şi ei au probleme din cauză că foarte multe familii s-au mutat din zonă. Slujba ei este sigură, dar nu este plătită prea bine."

„De ce nu îşi caută soţia dumneavoastră o slujbă mai bine plătită?" am întrebat.

„I-ar plăcea acest lucru, dar unul dintre avantajele pe care le are lucrând acolo e că nu trebuie să plătim îngrijirea celor doi copii ai noştri. Dacă ar trebui să plătească îngrijirea copiilor, nu ar ajuta-o salariul mai mare oferit de o altă companie."

„V-aţi gândit să începeţi o afacere în timpul liber?" am întrebat.

„V-am spus că nu mai avem niciun ban. Cum putem să începem o afacere dacă nu avem bani?"

„V-aţi gândit dumneavoastră şi soţia dumneavoastră să începeţi o afacere de marketing în reţea de acasă? Nu e nevoie de prea mulţi bani şi veţi fi şi pregătiţi," am întrebat.

„Da, ne-am interesat în legătură cu escrocii aceştia. Nu plătesc nimic. Se aşteaptă să lucrezi doi sau trei ani înainte de a câştiga vreun ban. Noi avem nevoie de bani acum, nu peste doi sau trei ani."

Gazda programului radio ne-a întrerupt pentru a ne spune că-i expirase timpul de emisie, iar programul a luat sfârşit. Eu şi cel care sunase nu am avut niciodată ocazia să terminăm discuţia.

Motivul pentru care îmi aduc aminte de această discuţie difuzată la radio este că ilustrează clar diferenţa între valorile noastre fundamentale. Este evident că bărbatul care sunase avea nevoie de bani, îl înţeleg. După cum unii dintre voi ştiu, eu şi soţia mea am fost complet lefteri, chiar nu am avut unde să locuim timp de câteva săptămâni... aşa că ştiu ce înseamnă să ai nevoie de bani.

Totuşi, motivul pentru care eu şi Kim am fost capabili să devenim liberi din punct de vedere financiar în mai puţin de 10 ani a fost că ştiam care e diferenţa dintre *bani* şi *bogăţie*. Dacă v-ar plăcea să aflaţi mai multe despre cum anume eu şi Kim am evoluat de la a nu avea nimic, la a fi liberi din punct de vedere financiar, în mai puţin de 10 ani, povestea este relatată în cartea din seria Tată Bogat, *Tânăr şi bogat*. În plus, cartea din seria Tată Bogat, *Cadranul banilor*, îşi începe povestea cu momentul

în care eu şi Kim nu aveam unde locui, în 1985, cel mai prost an din viaţa noastră. Menţionez aceste două cărţi pentru aceia dintre voi care ar putea pune la îndoială faptul că înţeleg pe deplin cum se simte cineva când este lefter. Ambele cărţi relatează modul în care am reuşit să ne ridicăm din ruina financiară. Daţi-mi voie să vă asigur că eu şi Kim ştim cum e să nu ai nimic, şi tocmai de aceea preferăm să fim bogaţi şi liberi din punct de vedere financiar. A fost îngrozitor să nu avem suficienţi bani pentru a trăi. Ne-a rănit mai mult decât din punct de vedere financiar. Lipsa banilor ne-a pus la încercare căsătoria, încrederea de sine şi simţul valorii personale.

Trei modalităţi de a trăi

Mult timp, după ce se încheiase emisiunea radio, m-a întristat sentimentul cu care rămăsesem în urma convorbirii telefonice cu tânărul tată. După cum am susţinut în capitolul anterior, putem să comunicăm unii cu alţii, respectiv de la spirit la spirit. În cazul acesta, sentimentul dominant în timpul comunicării noastre era acela de teamă. Îi simţeam frica şi asta mă durea. Cunosc exact acel sentiment de spaimă.

Cuprinsul acestui capitol este, de fapt, legat de sentimente. Kim şi cu mine ştim din experienţă personală că, atunci când vine vorba despre bani, există trei tipuri de sentimente şi trei feluri de a trăi cu acele sentimente.

1. ***Sentimentul de teamă.*** Atunci când Kim şi cu mine nu aveam unde să locuim şi nu aveam bani, sentimentul de teamă ne paraliza. Era atât de intens, încât ne amorţea trupurile în întregime. Acesta a fost sentimentul pe care l-am simţit în cursul convorbirii radiofonice cu tânărul tată. Era, de asemenea, acelaşi sentiment pe care l-am avut în copilărie, în timp ce creşteam în propria mea familie. Tatăl şi mama mea erau săraci şi au fost lipsiţi de bani mare parte a mariajului lor. Sentimentul că nu aveam suficienţi bani a dominat familia noastră mare parte a copilăriei mele.

2. ***Sentimentul de mânie şi frustrare.*** Cel de-al doilea mod de a trăi este acela de a te cufunda în sentimentul de mânie şi frustrare, şi anume că trebuie să te trezeşti să mergi la serviciu, mai ales atunci când ai prefera să faci altceva. O persoană care trăieşte cu acest sentiment poate avea o slujbă bună şi bine plătită, dar nu îşi poate permite să nu lucreze. Aceasta este sursa frustrării. Aceşti oameni ştiu că dacă ar înceta să lucreze, lumea în care trăiesc s-ar sfărâma. Oamenii de felul acesta sunt cei care pot spune lucruri de genul: „Nu îmi pot permite să renunţ. Dacă mi-aş da demisia, banca mi-ar lua totul". Aceşti oameni spun deseori: „Abia aştept să vină concediul" sau:„Nu mai am decât zece ani până la pensie".

3. ***Sentimentul de bucurie, pace şi mulţumire.*** Acest al treilea fel de a trăi înseamnă să trăieşti împăcat pentru că ştii că, indiferent dacă lucrezi sau nu, există suficient de mulţi bani care continuă să fie încasaţi. Începând din 1994, de când Kim şi cu mine ne-am vândut afacerea şi ne-am retras, acesta este sentimentul cu care trăim. Kim avea 37 de ani, iar eu 47. După mine, acesta e un sentiment şi un mod de a trăi pentru care merită să munceşti. Deşi mai muncim încă şi astăzi, sentimentul că nu trebuie neapărat să muncim, că putem să renunţăm oricând, şi totuşi să continuăm să avem mai mulţi bani decât vom putea cheltui întreaga viaţă, este un sentiment minunat.

Diferenţa dintre bani şi bogăţie

Ceea ce doream să îi spun tânărului tată în timpul emisiunii de la radio era faptul că problemele sale nu aveau să dispară dacă el continua să lucreze pentru bani. Atunci când i-am sugerat să înceapă o afacere de marketing în reţea, cu jumătate de normă, alături de soţia sa, încercam să îi spun că poate a sosit timpul ca ei să muncească pentru a deveni bogaţi, şi nu pentru un salariu mai bun. Mi-a spus: „Da, ne-am interesat în legătură cu escrocii aceştia. Nu plătesc nimic. Se aşteaptă să lucrezi pentru ei doi sau trei ani înainte de a câştiga vreun ban. Noi avem nevoie de bani acum, nu peste doi sau trei ani". Am înţeles că, pentru a-şi

schimba stilul de viaţă el avea nevoie să îşi schimbe valorile. Cu alte cuvinte, nu am nicio îndoială că, în final, el şi soţia sa urmau să facă rost de mai mulţi bani şi să îşi construiască o altă viaţă. Dar am impresia că, dacă nu şi-au schimbat valorile fundamentale, ei sunt sortiţi să rămână pentru tot restul vieţii în genul al doilea de viaţă, trăind cu sentimentul de mânie şi frustrare toată viaţa lor, pur şi simplu, pentru că aleg să muncească pentru bani, în loc să muncească pentru bogăţie.

Ce este averea?

În cărţile anterioare, ca şi în alte produse ale firmei „Tată bogat", am menţionat că averea nu se măsoară în bani; ea se măsoară în timp. Definiţia dată de noi averii este:

Averea reprezintă abilitatea de a supravieţui un număr mare de zile de acum înainte.

După cum am spus, averea se măsoară în timp. De exemplu, dacă tot ce posed în materie de economii este de 1 000 de dolari, iar cheltuielile mele zilnice se ridică la 100 de dolari, atunci averea mea este de 10 zile. Dacă cheltuielile mele zilnice sunt de 50 de dolari, atunci averea mea este de 20 de zile. Acesta este un exemplu extrem de edificator cu privire la definirea bogăţiei; şi, repet, averea este măsurată în timp, nu în bani. Sănătatea şi averea sunt similare în aceea că ambele se măsoară în timp. Cu toţii am auzit poveşti în care doctorii îi spun unui om: „Mai ai şase luni de trăit". În acest caz, doctorul îi oferă pacientului o evaluare a stării lui de sănătate măsurată în timp. Cunosc o persoană care o duce atât de rău din punct de vedere financiar, încât îşi măsoară averea spunând: „Sunt restant cu plata facturilor pe două luni". Cu alte cuvinte trăieşte realmente pe datorie ca timp şi bani.

S-a spus de multe ori că familia tipic americană este despărţită de dezastrul financiar de numai trei salarii. Dacă perioada normală de plată este de două săptămâni sau de 14 zile, asta înseamnă că familia americană tipică are o bogăţie de 44 de zile. După aceste 44 de zile, standardul lor de trai se prăbuşeşte.

Aceasta este problema legată de munca pentru bani, şi nu pentru avere.

Înainte de a trece mai departe, poate nu ar fi rău să vă puneţi întrebarea: „Dacă eu (iar dacă sunteţi căsătorit, împreună cu soţia dumneavoastră) încetez să mai muncesc astăzi, cât timp aş putea supravieţui din punct de vedere financiar?" Răspunsul pe care îl daţi acestei întrebări reprezintă averea dumneavoastră prezentă. Vestea cea bună este aceea că bogăţia dumneavoastră poate fi sporită radical chiar dacă nu câştigaţi cine ştie cât în prezent.

Marketingul în reţea vă învaţă să munciţi pentru avere.

În timpul cercetărilor mele făcute printre diferitele firme de marketing în reţea, unul dintre punctele legate de valoare care erau cel mai greu de explicat se dovedea a fi acela al diferenţei dintre a munci pentru bani şi a munci pentru avere.

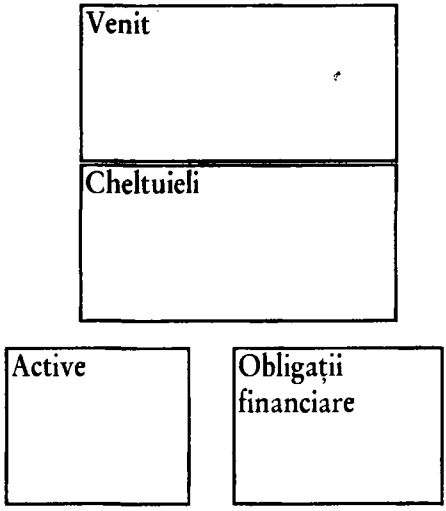
Într-una dintre întâlnirile de expunere a oportunităţilor de afaceri la care m-am dus, un invitat a ridicat mâna şi a întrebat: „Câţi bani voi câştiga?" Din nefericire, persoana care conducea grupul nu a reuşit să explice participanţilor, în mod adecvat, diferenţa dintre a îţi construi o afacere şi a munci într-o slujbă. Mai mult decât atât, el nu a explicat diferenţa dintre bani şi avere. Mi-e teamă că majoritatea oamenilor au părăsit aceea întâlnire frustraţi sau nemulţumiţi de răspunsurile primite.

Unul dintre răspunsurile pe care le-a dat oratorul a fost: „Veniturile dumneavoastră sunt nelimitate". Problema cu acest răspuns era faptul că majoritatea oamenilor care veniseră la acea întâlnire nu căutau o avere nelimitată, ci oportunitatea de a câştiga în plus între 1 000 şi 3 000 de dolari pe lună. După părerea mea, ei încă mai gândesc în termeni de bani, nu de avere. Cu alte cuvinte, există două tipuri de bani. Unul este tipul de bani care provine din muncă, iar celălalt tipul de bani care provine din active. Dacă doriţi să vă îmbogăţiţi, aveţi nevoie de banii care provin din active. Dacă vreţi să munciţi din greu toată viaţa, atunci munciţi pur şi simplu pentru bani, cum face majoritatea oamenilor.

Următoarea nelămurire a apărut atunci când oratorul a spus: „Bine, dacă tot ceea ce doriți este un plus de 3 000 de dolari pe lună, vă puteți imagina că aceștia vă parvin pentru tot restul vieții, indiferent dacă munciți sau nu?" În timp ce majoritatea invitaților a reacționat pozitiv la această idee, mă îndoiesc că ei au considerat-o ca fiind posibilă. De altfel, părea că mulți dintre ei doreau pur și simplu un plus de 3 000 de dolari în luna următoare, nu să lucreze câțiva ani fără plată, construindu-și o afacere, pentru ca ulterior să își primească banii pe termen nelimitat. Am bănuiala că majoritatea oamenilor de acolo încă mai gândeau ca niște angajați sau mici întreprinzători care muncesc pentru bani, și nu ca niște patroni ai unor afaceri mari, care muncesc pentru a obține avere prin activele lor.

Un alt fel de bani

Unul dintre motivele pentru care cei bogați devin și mai bogați este acela că bogații lucrează pentru un alt gen de bani. Diagrama următoare a declarației de venituri ar putea explica diferența:



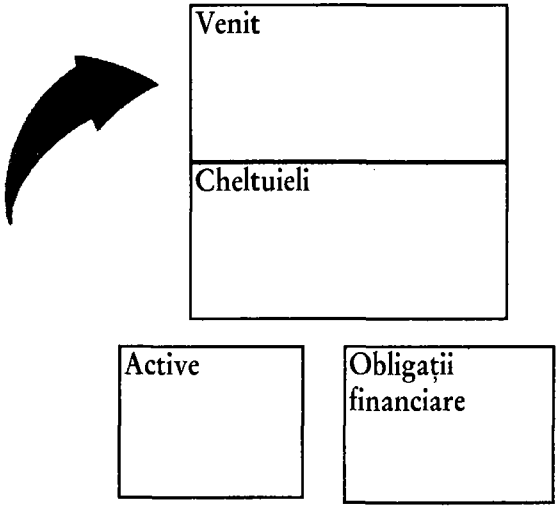
Dacă nu sunteți familiarizat cu această diagramă a declarației financiare sau doriți o explicație mai amănunțită a ei, vă sugerez

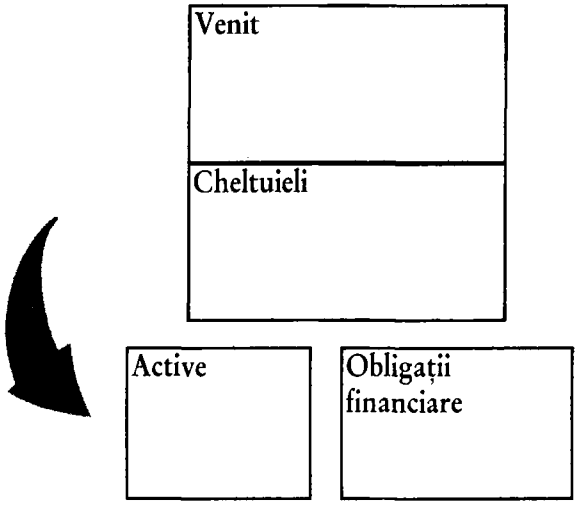
fie să citiți *Tată sărac, tată bogat,* fie să vorbiți cu un prieten care a citit-o și să îl rugați să v-o explice. Este o diagramă a cărei înțelegere este crucială și care ocupă un loc central în multe dintre lecțiile pe care le oferim prin „Tată bogat". După cum spunea deseori tatăl bogat: „Bancherul meu nu îmi cere niciodată cartea de credit. Bancherul meu îmi cere declarația financiară". Tatăl meu bogat mai spunea: „Declarația ta financiară este carnetul de note după ce termini școala. Declarația ta financiară îți măsoară IQ-ul financiar".Această diagramă este foarte importantă pentru oricine dorește să obțină libertate financiară sau o mare avere.

Accentul este pus diferit

Una dintre modalitățile de a explica mai bine diferența dintre cadranele A și L și P și I, este prin utilizarea declarației financiare. Diferența dintre partea stângă și partea dreaptă a cadranelor este o diferență de accent. Cele ce urmează explică ce anume vreau să spun.

Mai simplu spus, oamenii din cadranele A și L se concentrează aici:



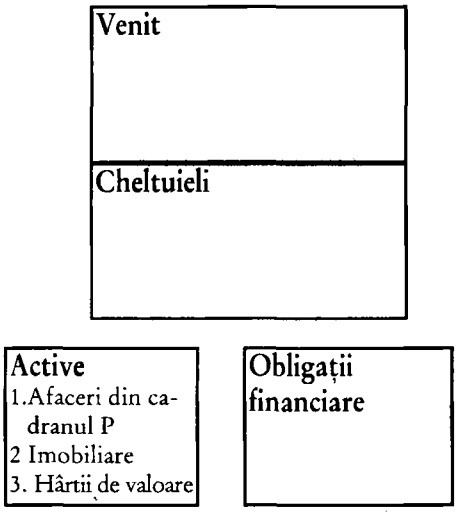


Încă mai munciţi pentru bani?

Diferenţierea primordială care este evidenţiată de către declaraţia financiară este aceea că oamenii din cadranele A şi L muncesc pentru bani. Oamenii din cadranele P şi I pun accentul pe construirea sau cumpărarea bunurilor, nu pe munca pentru a obţine bani. De aceea, este mai mare bogăţia unei persoane din cadranul P sau I decât aceea a unei persoane din cadranul A sau L. Dacă o persoană din cadranul P sau I încetează să mai muncească, activele lui continuă să producă bani pentru acea persoană din cadranul P sau I.

Cele trei tipuri de active

Cele trei tipuri principale de bunuri care se găsesc în coloana activelor sunt:



Un plan simplu pentru obținerea libertății financiare

Planul simplu pe care eu și soția mea l-am folosit pentru a ne retrage tineri și bogați a fost acela de a începe prin a construi o afacere și a o continua prin investițiile imobiliare. După cum am spus, a durat din 1985 până în 1994 să începem de la zero și să devenim liberi din punct de vedere financiar, fără a investi nici măcar un dolar în acțiuni sau fonduri mutuale. Acesta a fost planul nostru simplu și l-am urmat.

Au fost oameni care m-au întrebat: „De ce ai început prin a-ți construi o afacere?" Există trei răspunsuri la această întrebare. *Primul răspuns* este că demararea unei afaceri ne-a permis să facem mulți bani. La începutul acestei cărți am listat cele 11 feluri prin care o persoană se poate îmbogăți, cum ar fi acela de a te căsători cu cineva pentru banii lui. Pentru Kim și pentru mine cea mai bună cale de a ne îmbogăți a fost aceea de a porni o afacere. Cel de *al doilea răspuns* este acela că legile de impozitare în Statele Unite sunt extrem de favorabile pentru aceia care își câștigă banii în cadranul P și îi dezavantajează pe oamenii

care îşi câştigă banii în cadranul A. În sfârşit, cel de *al treilea răspuns* este acela că acest plan de construire a unei afaceri şi apoi a investi în imobiliare este planul pe care îl folosesc cei mai mulţi oameni cu adevărat bogaţi.

Cum îmi pot permite să achiziţionez proprietăţi imobiliare?

După căderea bursei, în 2000, mulţi oameni au început să se dezmeticească şi să înţeleagă că acţiunile şi fondurile mutuale sunt riscante. După prăbuşire, mulţi oameni au început să se întrebe cum ar putea investi în proprietăţile imobiliare. Problema era că mulţi oameni nu aveau suficienţi bani pentru a investi în afacerile imobiliare sau trăiesc în zone în care proprietăţile imobiliare sunt scumpe. O întrebare care mi-e adresată destul de des în ziua de astăzi este: „Cum pot investi în proprietăţi imobiliare dacă venitul meu abia acoperă chiria?"

Răspunsul meu este mereu acelaşi. Eu spun de fiecare dată: „Păstrează-ţi slujba cu normă întreagă şi începe să îţi dezvolţi o afacere în timpul liber. Odată ce afacerea începe să îţi aducă venituri, pasul al doilea este acela de a-ţi părăsi slujba cu normă întreagă şi să începi să investeşti în afacerile imobiliare cu veniturile provenite din afacere. În acest fel, începi să îţi construieşti două tipuri de active în loc să îţi iroseşti viaţa muncind pentru bani".

Trei tipuri de inteligenţă

După cum există trei tipuri de educaţie necesară pentru succesul financiar — academică, profesională şi financiară — există şi trei tipuri de inteligenţă necesare pentru a obţine succes în lumea reală. Aceste trei tipuri de inteligenţă sunt:

1. ***Inteligenţa mentală:*** este sensul general dat inteligenţei, al cărui IQ se măsoară în şcoli.

2. ***Inteligenţa emoţională***: S-a spus că inteligenţa emoţională este de 25 de ori mai puternică decât cea mentală. Exemple de

inteligență emoțională sunt: a-ți menține calmul, nu a te lua la harță atunci când ești provocat; a nu te căsători cu cineva dacă știi că pe termen lung nu ar fi un bun partener de viață; disponibilitatea de a întârzia satisfacerea plăcerilor, de a nu încerca să obții instantaneu orice fleac, disponibilitate a cărei absență este motivul multora dintre problemele financiare actuale.

3. ***Inteligența financiară:*** Tatăl bogat spunea: „Inteligența ta financiară este măsurată cu ajutorul declarației financiare. Inteligența ta financiară este măsurată în suma de bani pe care o câștigi, câți bani pui de o parte, cât de tare muncesc acești bani pentru tine și la câte generații poți transmite acești bani".

De ce nu reușesc oameni inteligenți să devină bogați

Unul dintre motivele pentru care mulți oameni inteligenți, precum tatăl meu sărac, nu reușesc să se îmbogățească, chiar dacă au un IQ ridicat și chiar dacă s-au descurcat bine în școală, este acela că le lipsește inteligența emoțională necesară succesului financiar și acumulării de bogății. Cele mai des întâlnite patru trăsături ale IQ-ului emoțional scăzut sunt următoarele:

1. Se îmbogățesc prea lent pentru că sunt excesiv de precauți în felul în care își joacă banii. Pentru că au o slujbă în cadranul E, de cele mai multe ori au un procent de impozitare mai mare; nu reușesc să investească înțelept, sau păstrează banii în bancă, câștigând dobânzi extrem de reduse; iar acel puțin pe care îl obțin ca dobândă este impozitat cu rata cea mai ridicată dintre toate taxele care există.

2. Încearcă să se îmbogățească prea rapid: Acestor persoane le lipsește inteligența emoțională cunoscută drept răbdare. Aceste persoane trec, de cele mai multe ori, din slujbă în slujbă și dintr-o idee nemaipomenită într-alta. Încep o afacere, se plictisesc și apoi renunță.

3. Cheltuitori. Sportul favorit al acestor persoane sunt cumpărăturile. Cumpără până nu mai pot. Dacă au bani îi cheltuie pe orice capriciu. Aceşti oameni spun: „Banii par să mi se scurgă printre degete."

4. Nu suportă să deţină nimic de valoare. Cu alte cuvinte, posedă doar lucruri care îi sărăcesc sau lucrează pentru astfel de lucruri. De exemplu, am întâlnit mai mulţi oameni care au investit în proprietăţi imobiliare. În momentul în care ajung să posede aceste proprietăţi, le vând, iar cu câştigurile obţinute îşi plătesc facturile cărţilor de credit sau ale împrumuturilor pentru studii, îşi cumpără un iaht nou sau îşi iau o vacanţă. Cu alte cuvinte, se agaţă de lucruri care au o valoare extrem de redusă şi vând orice are o valoare reală.

Mare parte a acestui gen de oameni preferă să muncească pentru altcineva şi să lucreze din greu pentru ceva ce nu va fi niciodată al lor, în loc să îşi deschidă o afacere. Teama este atât de mare, încât ei preferă să lucreze pentru siguranţă, şi nu să lucreze pentru libertate.

Inteligenţa emoţională este esenţială pentru inteligenţa financiară

Acest capitol a început cu interviul meu radiofonic. Motivul pentru care am început cu acest interviu este faptul că acel tânăr îşi pierduse controlul din punct de vedere emoţional. E clar că era vorba de o persoană foarte inteligentă mental, dar emoţiile lui îl determinau să nu gândească raţional. Dacă nu vă puteţi controla din punct de vedere emoţional, şansele dumneavoastră de a vă rezolva provocările financiare sunt reduse.

Simplu spus, în lumea reală, inteligenţa emoţională este mai importantă decât inteligenţa mentală, mai ales, dacă doriţi să vă îmbogăţiţi. A avea un IQ emoţional ridicat este esenţial pentru a avea un IQ financiar ridicat. Warren Buffet, cel mai bogat investitor din America, spune: „O persoană, care nu îşi poate stăpâni emoţiile, nu îşi poate stăpâni nici banii".

„În lumea reală, inteligența emoțională este mai importantă decât inteligența mentală dacă doriți să vă îmbogățiți."

Pe când eram tânăr, eram retardat din punct de vedere emoțional. Totul era dominat de: „Trăiește clipa". Acesta este unul dintre motivele pentru care nu am reușit să obțin libertate financiară până la vârsta de 47 de ani, chiar dacă știam ce trebuia să fac. Ori de câte ori făceam pe deșteptul sau nu mai puteam fi ținut în frâu, vrând fie să mă îmbogățesc rapid, fie să renunț din cauza frustrării, tatăl bogat spunea: „Întoarce-te după ce te maturizezi. Atunci voi continua să te învăț cum să te îmbogățești".

Doriți să vă îmbunătățiți IQ-ul emoțional?

Eu, personal, am observat că pe măsură ce îmi creștea IQ-ul emoțional mi se îmbunătățea și viața. Ca fost soldat al Corpului de Marină, nu numai că sunt impulsiv, dar mi-am și dezvoltat un temperament foarte violent și ușor irascibil. Atunci când m-am întors din Vietnam, tatăl bogat mi-a spus: „Temperamentul aprins și reacțiile rapide te-au menținut în viață în Vietnam, dar aceleași emoții te vor ucide în lumea afacerilor". Tatăl bogat a sugerat să-mi îmbunătățesc IQ-ul emoțional dacă doresc să îmi îmbunătățesc IQ-ul financiar. Pe măsură ce îmi controlam emoțiile, se îmbunătățea și viața de familie, și talentul de afacerist, și talentul de investitor. Chiar și sănătatea mi s-a îmbunătățit prin simplul fapt că am reușit să îmi păstrez, în general, calmul, chiar dacă uneori încă mi-l mai pierd. Primul pas în creșterea inteligenței mele emoționale a fost acela de a admite că era necesar să acționez în acest sens.

Dacă sunteți, asemenea mie, o persoană căreia nu i-ar strica ceva mai multă maturitate emoțională, o afacere de marketing în rețea ar putea fi cel mai bun teren de antrenament în acest sens. Din punctul meu de vedere, unul dintre cele mai valoroase lucruri într-o afacere de marketing în rețea este faptul că vă dezvoltă IQ-ul emoțional. Vă îmbunătățiți IQ-ul emoțional ori de

câte ori aveţi de a face cu oameni care renunţă uşor sau cu oameni care vă mint şi de fiecare dată, când vă depăşiţi propriile temeri, frustrări şi nerăbdarea de a deveni o persoană mai bună. Cu alte cuvinte, o afacere de marketing în reţea este locul ideal unde reuşiţi să vă cunoaşteţi mai bine şi unde puteţi munci pentru a vă îmbunătăţi personalitatea.

Puneţi-vă singur această întrebare: „Cum îmi modifică emoţiile viaţa? Mă fac emoţiile mele să fiu...

1. Prea timid?
2. Speriat de eşec?
3. În căutarea obsesivă a siguranţei?
4. Prea nerăbdător?
5. Prea iute din punct de vedere temperamental?
6. Dependent de ceva?
7. Prea impulsiv?
8. Prea nervos?
9. Prea lent pentru a mă schimba?
10. Leneş?
11. _____ (la alegerea dumneavoastră)?

Repet, unul dintre lucrurile cele mai valoroase într-o afacere de marketing în reţea este faptul că vă va testa şi, de multe ori, vă va îmbunătăţi radical inteligenţa emoţională. Odată ce vă îmbunătăţiţi IQ-ul emoţional, veţi descoperi probabil că şi alte laturi ale vieţii dumneavoastră vor fi îmbunătăţite. Veţi descoperi că vă va fi mai uşor să vorbiţi cu oamenii, să comunicaţi mai clar şi să reacţionaţi mai eficient la emoţiile acestora. Atunci când veţi putea să faceţi mai bine toate aceste lucruri, afacerea dumneavoastră se va dezvolta mai rapid. Având mai multă răbdare, aveţi o şansă mai bună de a fi un bun investitor. Dezvoltându-vă inteligenţa emoţională, vi se poate îmbunătăţi căsnicia, dacă sunteţi căsătorit sau doriţi să vă căsătoriţi, şi ştim cu toţii ce subiect delicat poate fi căsnicia. Este posibil, de asemenea, să deveniţi un părinte mai bun, prin urmare, să vă creşteţi mai bine copiii. Prin urmare, aş spune că a investi un număr de ani în construirea unei afaceri de marketing în reţea ar putea să vă aducă

beneficii în multe domenii ale vieții. De ce? Pentru că viața este un subiect delicat din punct de vedere emoțional.

O căsătorie mai reușită

Pentru mine și Kim, planul de a deveni liberi din punct de vedere financiar s-a dovedit a fi excelent pentru căsnicia noastră. Începând de la zero, aveam un proiect la care puteam munci împreună. Aș spune că reacția la suișurile și coborâșurile dezvoltării unei afaceri a generat multe provocări căsniciei noastre, dar, în final, a reușit să ne facă mariajul mult mai solid. Ne-am asumat riscuri împreună, am suportat pierderi împreună și ne-am sărbătorit victoriile împreună.

După cum am spus și mai devreme, planul nostru a fost simplu. În 1985, eu și Kim am început să demarăm afacerea, pornind de la zero. În 1991, am investit în prima noastră proprietate imobiliară, dar numai după ce afacerea noastră a devenit extrem de profitabilă. În 1994, ne-am vândut afacerea, am cumpărat mai multe proprietăți și ne-am retras liberi din punct de vedere financiar pentru tot restul vieții. A fost un plan simplu, și ne-a făcut viețile mai simple și mai fericite. După cum mulți dintre noi știu, banii sunt un subiect de ceartă în multe căsnicii. În prezent, avem o căsnicie mai bună, nu atât din cauza banilor, cât pentru că am construit o afacere împreună. În loc să ne dezvoltăm separat, ne-am apropiat pe măsură ce am devenit mai maturi din punct de vedere emoțional. Aud pe mulți oameni spunând: „Nu aș putea niciodată să lucrez cu soțul meu. Nu aș suporta să fiu în preajma lui atât de mult timp". Pot spune cu mâna pe inimă că nu aș fi avut un succes atât de mare fără Kim, iar noi nu am fi avut parte de o căsnicie atât de fericită dacă am fi lucrat la slujbe diferite pentru firme diferite. Dacă am fi lucrat separat, ne-am fi dezvoltat separat. Faptul că am întemeiat afacerea și că am dezvoltat-o împreună ne-a fortificat căsătoria, pentru că am avut timpul necesar să trecem peste diferențele de opinie, ne-a apropiat foarte tare, ne-a ajutat să ne cunoaștem mai bine unul pe celălalt, să începem să ne respectăm reciproc mai mult, să ne maturizăm din punct de vedere emoțional împreună și, în

sfârşit, să fim mult mai fericiţi împreună..., iar după părerea mea, asta este o valoare inestimabilă. Cu toate că mai există diferenţe de opinie, azi ştim că dragostea unuia faţă de celălalt depăşeşte aceste certuri. O căsătorie fericită se datorează cu siguranţă inteligenţei emoţionale, şi nu notelor bune din şcoală sau slujbelor bune, bine plătite.

De ce eşuează unii dintre cei ce au afaceri de marketing în reţea de succes

De-a lungul anilor, am întâlnit mai mulţi oameni care au avut succes în afacerile de marketing în reţea, adunând averi mari. Am mai întâlnit, de asemenea, oameni care au avut succes în afacerile lor de marketing în reţea, demarând câte o mare afacere şi apoi au pierdut totul. De ce? Din nou, răspunsul poate fi găsit la nivelul inteligenţei afective.

Iniţiatorul unei afaceri de marketing în reţea care a eşuat ulterior este o persoană pe nume Ray. El trăieşte în sudul Californiei. Din momentul în care a terminat facultatea, a lucrat pentru un lanţ de magazine de produse dietetice şi, în scurt timp, a fost avansat într-un post de conducere a magazinului. Ray, care deţinea o diplomă în biochimie, era foarte interesat de produsele legate de sănătate. Într-o zi, a intrat în magazin un client care i-a arătat lui Ray noua sa linie de produse destinate menţinerii sănătăţii. Ray a testat aceste produse care s-au dovedit a fi extrem de bune. Ray a mers imediat la şeful său şi l-a întrebat dacă le-ar putea vinde în magazinul său. Şeful i-a răspuns „Nu". Fiind nerăbdător şi impulsiv, Ray şi-a părăsit slujba pentru a profita de această oportunitate de a întemeia o afacere de marketing în reţea.

Timp de trei ani, Ray a studiat şi a învăţat modalităţile de a demara afacerea. S-a zbătut din punct de vedere financiar câţiva ani şi apoi, brusc, a reuşit să vadă lumina: Ray a reuşit să îşi schimbe stilul de a gândi de la cel al cadranului A la cel al cadranului P. Afacerea sa a înflorit exploziv şi, în curând, el câştiga mai mulţi bani într-o singură săptămână decât câştigase într-un an la slujba pe care o avusese la magazinul cu produse alimentare sănătoase.

În scurt timp, Ray își petrecea marea majoritate a timpului pe scenă, adresându-se tuturor celor care intrau în această afacere. Devenise noua vedetă. Problema a fost că scena și vedetismul i s-au urcat la cap. A devenit arogant și plin de sine, semn al unei inteligențe emoționale scăzute. A început să se certe cu cei care îl învățaseră cum să facă afaceri, considerând că era mai inteligent decât ei, pentru că el deținea mașini mai frumoase, case mai somptuoase și mai mulți bani de cheltuială neinvestiți. Averea i se ridicase la cap.

O nouă afacere de marketing în rețea se dezvolta. Și ei aveau produse de îngrijire a sănătății de o calitate foarte bună, și căutau vedete precum era Ray să îi convingă să își părăsească vechile rețele și să se alăture noii lor afaceri. Nu a durat prea mult până când proprietarii noii afaceri au reușit să îl seducă pe Ray, determinându-l să părăsească afacerea mai bine dezvoltată cu care începuse. Ray a făcut acest salt dintr-o firmă în cealaltă pentru că dorea să se implice de la început în noua afacere și să întemeieze mai rapid o afacere mai mare. Ray i-a adus cu sine pe mulți dintre cei care îi alcătuiau echipa.

Trei ani mai târziu, Ray nu mai avea niciun ban. De ce? Există două motive la care mă pot gândi. Unul este acela că și proprietarii companiei erau la fel ca și Ray. Erau nerăbdători și impulsivi. Și ei, la rândul lor, doreau să se îmbogățească rapid. Cel de-al doilea motiv este acela că, la fel ca și Ray, proprietarii noii companii nu știau să își organizeze banii. Ei trăiau pe picior mare, având o imagine bună, etalându-și banii și vorbindu-i de rău pe competitori. În loc să își reinvestească banii în afacere și să investească în afaceri imobiliare, ei au cumpărat simbolurile bogăției, în loc să dobândească adevărata bogăție. Vă amintiți că, la începutul acestui capitol, am spus că oamenii săraci se simt deseori inconfortabil să posede lucruri de o valoare reală? Ray și cei care fondaseră noua sa companie făceau parte din această categorie, cel puțin așa cred eu. Din această cauză, Ray și fondatorul noii sale companii nu au reușit să își cumpere lucrurile care creează cu adevărat bogăția. În schimb, și-au cumpărat mașini rapide, au cheltuit banii cu femei ușoare și au ieșit din afaceri, dând faliment cu viteză maximă. Păsările de același neam zboară într-adevăr laolaltă.

În prezent, Ray încă mai sare dintr-o afacere de marketing în rețea într-alta. Ori de câte ori ne întâlnim, el îmi povestește despre o nouă oportunitate de afaceri și o nouă linie de produse pe care o promovează. Ray a învățat să construiască o afacere de marketing în rețea, dar a eșuat în a avea succes în afaceri. A eșuat pentru că s-a lăsat dominat de emoții.

Nu vă comportați asemenea unei broaște

Să nu mă înțelegeți greșit, nu susțin că este ceva greșit să treceți de la o companie de marketing în rețea la alta. Știu că se poate întâmpla. Ceea ce spun eu este că există mulți oameni care fac la fel ca Ray, care trec de la o firmă la alta, căutând afacerea perfectă, linia de produse perfecte și banii care să se obțină ușor. Mulți oameni procedează așa pentru că nu reușesc să își dezvolte inteligența emoțională, cea a cărei dezvoltare este, după părerea mea personală, unul dintre motivele principale de a te alătura unei asemenea afaceri. Cu alte cuvinte, nu este nicio problemă să părăsiți o afacere, atâta timp cât o faceți din motivele corecte, nu din cele afective. A sări de pe o frunză de nufăr pe alta poate fi potrivit pentru broaște, dar nu este bine pentru proprietarii unor afaceri. După cum spunea un prieten de-al meu: „Fiind o broască nu îți petreci toată ziua vânând insecte, trebuie să le și mănânci după ce le-ai prins". Mesajul este: dacă găsiți o afacere de marketing în rețea care vă este potrivită trebuie să acordați acestei afaceri și dumneavoastră înșivă timpul de a vă dezvolta împreună. Nu vă comportați ca o broască ce încearcă să prindă insecte.

Din ce cauză au un succes din ce în ce mai mare cei ce construiesc afaceri de marketing în rețea de succes?

Am avut plăcerea să-i întâlnesc pe unii proprietari ai unor afaceri de marketing în rețea, mulți dintre ei având un succes mai mare decât al meu și chiar decât tatăl bogat. Pentru mine, sursa acestei plăceri a fost aceea de a descoperi că formula de

succes în marketingul în rețea este identică celei care mi-a fost predată de tatăl bogat. Formula este următoarea:

1. Demarează o afacere. Întemeierea unei afaceri de la zero durează, în general, cinci ani. Știu că poate să dureze mai mult timp sau, dimpotrivă, mai puțin. Totuși, o afacere este asemenea unui copil: are nevoie de timp pentru a crește.

2. Reinvestește în afacere. Pasul este important, dar Ray și mulți alții nu vor să-l facă. În loc să reinvestească banii, ei îi cheltuiesc în ritmul în care îi obțin. În scurt timp, ajung să cumpere pe credit — mașini bune, case somptuoase, haine și vacanțe frumoase. În loc să își ajute copilul să crească, fură banii de întreținere a copilului, iar copilul începe să sufere de foame.

Din nefericire, povești despre oameni precum Ray sunt frecvente în orice gen de afacere. Unul dintre motivele principale pentru care atât de puțini oameni din America sunt bogați, chiar dacă ei câștigă foarte mult, este pur și simplu faptul că ei cheltuiesc banii de întreținere a copilului pe jucării și pe lucruri care le stimulează mândria.

Cum se reinvestește într-o afacere

Richdad.com, o afacere tradițională, a reinvestit cheltuind milioane de dolari pentru a-și îmbunătăți pagina de Internet, apoi pe dezvoltarea jocurilor în rețea, CASHFLOW 101 și CASHFLOW *for kids*, pe jocul și cursurile oferite gratuit școlilor. Acestea sunt exemple ale modului în care o afacere tradițională își reinvestește banii. Alte exemple ar putea fi legate de construirea unui depozit, adăugarea de noi camioane celor deja existente sau cheltuirea banilor pe reclama la nivel național.

Într-o afacere de marketing în rețea, reinvestirea banilor poate reprezenta lărgirea afacerii dumneavoastră de la 10 la 20 de oameni. Poate fi reprezentată, de asemenea, de investirea timpului necesar pentru a vă ajuta oamenii recrutați să se dezvolte mai bine. Frumusețea majorității afacerilor de marketing în rețea

este aceea că nu necesită mulți bani pe care să îi reinvestiți în afacere.

O ultimă observație este aceea că un adevărat patron nu încetează niciodată să investească și să reinvestească pentru a-și dezvolta afacerea. Motivul pentru care atât de mulți oameni nu reușesc să dobândească o avere mare este, pur și simplu, că nu investesc continuu în afacerea lor.

3. Investiți în proprietățile imobiliare. De ce în proprietățile imobiliare? Din două motive. Unul este acela că legile de impozitare (ambiguitățile) sunt scrise în favoarea proprietarilor de afaceri care investesc în proprietățile imobiliare. Cel de-al doilea motiv este acela că băncile vă vor acorda cu mare ușurință împrumuturi pe baza proprietăților imobiliare. Încercați să cereți bancherului dumneavoastră să vă acorde un împrumut pe 30 de ani cu o dobândă de 6,5 la sută pe an pentru a cumpăra fonduri mutuale sau acțiuni. Vă vor da afară pe ușă printre hohote de râs.

Aveți grijă la următorul aspect: Motivul pentru care sugerez să începeți prin a demara o afacere este acela că, pentru a investi în proprietățile imobiliare, aveți nevoie de timp, educație, experiență și bani. Dacă nu aveți surplusul de venit constant și avantajele de impozitare care apar odată cu deținerea unei afaceri din cardanul P, proprietățile imobiliare sunt fie prea riscante, fie aduc venituri mici. Sunt atât de riscante pentru că greșelile făcute în legătură cu proprietățile imobiliare, mai ales, cele care țin de menținerea în bună stare a proprietății, pot fi extrem de costisitoare. Dacă nu aveți bani, singurele afaceri adevărate în domeniul imobiliar sunt, deseori, acelea pe care le-au refuzat oamenii care au bani. În prezent, întâlnesc mulți oameni care caută afaceri imobiliare în care să nu fie nevoiți să investească niciun ban de la început. Aceste afaceri există și sunt căutate de cei ce nu au cu ce să investească. Dacă vă lipsesc cunoștințele necesare în domeniul imobiliar, experiența și banii, faptul că nu dați niciun ban la început poate deveni cea mai scumpă investiție din întreaga dumneavoastră viață. Prin urmare, începeți prin a construi o afacere, reinvestiți apoi în afacerea respectivă, și abia în a treia și ultima etapă cumpărați proprietăți imobiliare.

„Prin urmare, începeți prin a demara o afacere, reinvestiți apoi în afacerea respectivă și abia în a treia și ultima etapă cumpărați proprietăți imobiliare."

4. Cumpărați lucruri de lux. Mare parte a căsniciei noastre, Kim și cu mine nu am trăit într-o casă mare și nu am avut mașini de lux. Ani de zile am locuit într-o casă mică ce ne costa doar 400 de dolari pe lună, ratele plătite pentru a o achiziționa. În timp ce locuiam într-o casă mică și conduceam mașini ieftine, ne dezvoltam afacerea și investeam în proprietăți imobiliare. În prezent, locuim într-o casă cu mult mai mare și avem împreună șase mașini, dar avem și un venit constant mult mai mare din active, mai exact, din afaceri și proprietăți imobiliare. Regula de aur simplă a tatălui meu cel bogat a fost: demarează o afacere, reinvestește în ea ca să se dezvolte, investește în proprietăți imobiliare, în așa fel încât afacerea ta și proprietățile tale imobiliare să îți plătească produsele de lux. În prezent, deși Kim și cu mine avem o casă mare și șase mașini, ne putem permite să nu muncim pentru tot restul vieții; noi nu avem slujbe, noi avem active. În prezent, noi lucrăm pentru că iubim ceea ce facem. Pe lângă asta, ne îmbogățim din ce în ce mai tare, pur și simplu, pentru că urmăm formula simplă în patru pași a tatălui bogat pentru obținerea bogăției și sporirea ei continuă. Noi demarăm afaceri, reinvestim în ele, investim în proprietăți imobiliare, iar apoi activele ne plătesc luxul.

De ce nu se îmbogățesc cei mai mulți oameni?

De ce nu urmăresc oamenii acest plan aparent simplu? Răspunsul se găsește în majoritatea cazurilor în inteligența emoțională. Celor mai mulți oameni le lipsesc disciplina, răbdarea și nu sunt dornici să își întârzie satisfacerea dorințelor urmând un asemenea plan. Majoritatea câștigă bani și apoi îi cheltuie. Prin urmare, nu este vorba de IQ-ul mental sau financiar. Este o chestiune legată de IQ-ul emoțional. De fapt, cel mai facil IQ este cel financiar, ceea ce explică de ce s-au îmbogățit cei care nu au avut rezultate prea bune în școală. După părerea mea,

puntea de creştere a IQ-ului financiar este IQ-ul emoţional, iar o afacere de marketing în reţea poate ajuta pe oricine să îşi dezvolte acest tip de inteligenţă.

Când să cumperi hârtii de valoare?

Mulţi oameni mă întreabă: „Când ajungi să cumperi hârtii de valoare, precum acţiuni, fonduri mutuale şi obligaţiuni?" Răspunsul meu este răspunsul tatălui bogat. Cu ani în urmă, tatăl bogat mi-a spus: „Cel mai bun activ pe care poţi să îl posezi este o afacere. Motivul pentru care pun afacerea pe primul loc este acela că a avea o afacere este cel mai bun activ pe care îl poţi poseda, dacă eşti suficient de inteligent ca să posezi aşa ceva. Cel de-al doilea gen sunt afacerile imobiliare, iar al treilea hârtiile de valoare. Motivul pentru care hârtiile de valoare sunt pe ultimul loc este simplul fapt că sunt cel mai uşor de cumpărat, dar cel mai riscant de păstrat. Dacă nu credeţi ce spun despre riscurile implicate în posesia hârtiilor de valoare, întrebaţi-vă bancherul dacă vă acordă o ipotecă pe treizeci de ani pentru o investiţie."

Prin urmare, în prezent, răspunsul pe care îl dau eu oamenilor este răspunsul tatălui bogat. Motivul pentru care hârtiile cu valoare sunt pe ultimul loc este că sunt cel mai uşor de cumpărat, dar cel mai riscant de păstrat. Un alt motiv este acela că îţi poţi asigura afacerea sau proprietăţile imobiliare împotriva pierderilor materiale în urma catastrofelor. Foarte puţin ştiu cum se pot face asigurări pe acţiuni, iar eu, personal, nu ştiu să se poată face asigurări pentru fondurile mutuale... deşi ar putea fi posibil.

De ce nu sunt oamenii fericiţi la muncă

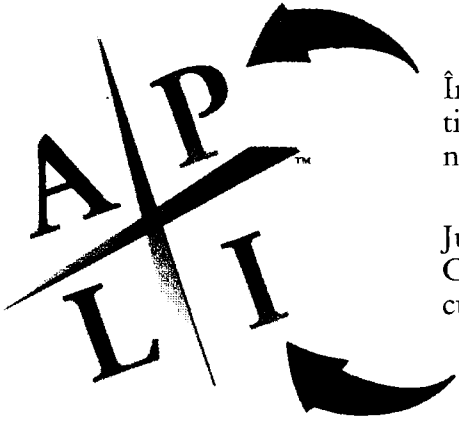
Un prieten, care lucrează în domeniul medical, are studii şi multă experienţă, mi-a spus: „Una dintre cauzele fericirii este noţiunea de control. Cu cât ai mai mult control, cu atât devii mai fericit. Pierderea controlului te face nefericit". Exemplul pe care l-a dat el era o persoană care se grăbeşte la aeroport şi este prinsă brusc într-un blocaj de trafic întins pe kilometri întregi. Avansând foarte lent, fără să aibă vreo posibilitate să iasă de pe autostradă, îşi dă seama că va pierde avionul, iar buna ei dispoziţie dispare. Motivul pentru care această persoană devine

nefericită este acela că nu are niciun control asupra ambuteiajului. Ideea principală a lecției date de acest prieten ar fi: „Controlul și fericirea sunt strâns înrudite".

Întorcându-ne la omul care m-a sunat în timpul emisiunii radiofonice, aș spune că el nu era fericit. Unul dintre motivele pentru care era nefericit era că își pierduse controlul asupra propriei vieți. Deși avusese ceea ce considerase a fi o slujbă sigură, își pierduse controlul asupra bugetului său. De asemenea, pierduse controlul asupra investițiilor sale în acțiuni și fonduri mutuale. În lumea actuală, mai ales după căderea pieței de acțiuni, slăbirea economiei și a atacului terorist de la 11 septembrie, mulți oameni simt că și-au pierdut controlul, iar acest lucru duce la nefericire. Unul dintre avantajele majore ale construirii unei afaceri de marketing în rețea și apoi investirii în proprietăți imobiliare este că aceasta vă poate oferi din nou controlul asupra propriei vieți. Dacă dețineți mai mult control, sunteți mai fericit, iar fericirea este un sentiment extrem de important în viață.

În concluzie

Prin urmare, întrebarea este: „Munciți pentru bani sau pentru avere?" Dacă a sosit momentul să munciți pentru avere am două sugestii. Urmărind cadranul fluxului de numerar de mai jos sugerez următoarele:



Începeți o afacere de marketing de rețea cu jumătate de normă

Jucați jocul Rich Dad's CASHFLOW 101 și învățați cum să investiți

Dacă veţi face aceste două lucruri, în timpul dumneavoastră liber, pentru următorii trei sau cinci ani, consider că viitorul dumneavoastră financiar va fi mult mai luminos decât dacă aţi fi făcut ceea ce fac cei mai mulţi oameni, şi anume v-aţi agăţa de siguranţa slujbei şi v-aţi investi banii în fonduri mutuale. Cum poate fi cineva fericit odată ce a pierdut controlul asupra vieţii sale financiare, oferind acest control altcuiva? În plus, în câţiva ani, dacă ai succes atât în cadranul P, cât şi I, vei începe să lucrezi pentru a obţine bogăţie, nu bani.

Următoarea valoare

Următorul capitol se va ocupa de valoarea de a-ţi face visurile să devină realitate. Pentru aceia dintre dumneavoastră care au jucat CASHFLOW 101, poate vă aduceţi aminte că primul pas, înainte de a începe jocul, este acela de a vă alege visul. Tatăl bogat spunea întotdeauna: „Începe de la visuri şi munceşte pentru a găsi calea de a le îndeplini". Am lăsat ceea ce era mai bun la sfârşit, pentru că, acum că sunteţi conştienţi de faptul că puteţi obţine o mare avere în timpul vieţii, este posibil să doriţi să aveţi aspiraţii mai mari.

CAPITOLUL 10

A opta valoare: Cum să îți trăiești visurile

Tatăl bogat mi-a spus: „Mulți oameni nu au aspirații."
„De ce?" am întrebat.
„Pentru că visurile costă bani," mi-a răspuns el

Reaprinderea visurilor

Kim și cu mine am mers la o întrunire în care un producător de vârf al unei companii de marketing în rețea își prezenta vila de 1579,3 metri pătrați, care avea un garaj cu opt locuri, opt mașini care să umple respectivele locuri, limuzina sa și toate celelalte jucării pe care le poseda. Casa și dotările erau impresionante, dar ceea ce m-a uimit cu adevărat a fost faptul că strada pe care era situată casa purta numele lui. Atunci când am întrebat cum a convins primăria să facă acest lucru, el mi-a răspuns: „Foarte ușor, am donat banii necesari pentru construirea unei școli generale și unei biblioteci. Atunci când am făcut asta, orașul mi-a permis să dau străzii numele meu și al familiei mele". În acel moment, am înțeles că visul său era cu mult mai mare decât al meu. Eu nu am visat niciodată să am o stradă care să îmi poarte numele sau să donez suficienți bani pentru a se clădi o școală sau o bibliotecă. Când am plecat din casa lui în

seara respectivă mi-am dat seama că era momentul ca eu să îmi dezvolt visuri mai măreţe.

Una dintre valorile cele mai importante pe care le-am aflat în cadrul companiilor de marketing în reţea este aceea că se accentuează importanţa urmăririi şi trăirii visurilor. Producătorul pe care îl vizitasem nu îşi expusese bunurile materiale din simpla dorinţă de a se făli. El şi soţia sa povesteau grupului despre nivelul de viaţă pe care îl atinseseră pentru a-i face să îşi trăiască propriile visuri. Nu era vorba despre casa imensă, despre utilităţile pe care le aveau sau despre cât costau toate acestea. Era vorba despre încercarea de a-i determina pe alţii să îşi urmeze visurile.

Spulberarea visului

În *Tată sărac, tată bogat* am scris în mod constant despre tatăl sărac care spunea mereu: „Nu îmi permit". Am spus, de asemenea, că tatăl bogat ne-a interzis mie şi fiului său să folosim aceste vorbe. În schimb, ne-a cerut să spunem: „Cum pot face să îmi permit?" Oricât de simple par aceste replici, diferenţa dintre ele îi părea foarte importantă tatălui meu cel bogat. El spunea: „Faptul că vă puneţi întrebarea « Cum îmi pot permite ceva » vă face să aveţi aspiraţii din ce în ce mai mari".

Tatăl meu cel bogat spunea, de asemenea: „Păziţi-vă de oamenii care vor să vă spulbere visurile. Nu există nimic mai rău decât faptul că un prieten sau o persoană iubită îţi ucide visurile". Există oameni care ar putea să spună, fără vreo rea intenţie sau dimpotrivă, cu rea intenţie, lucruri de genul:

1. „Nu ai cum să realizezi asta."
2. „Este prea riscant. Ştii cât de mulţi oameni eşuează?"
3. „Nu te mai prosti. De unde îţi vin ideile astea?"
4. „Dacă este o ideea atât de bună de ce nu a realizat-o deja cineva?"
5. „Am încercat asta cu ani în urmă. Dă-mi voie să îţi spun de ce nu merge."

Am observat că oamenii care ucid visurile altor oameni sunt aceia care au renunțat la propriile visuri.

De ce sunt importante visurile

Tatăl meu cel bogat mi-a explicat astfel importanța visurilor: „A fi bogat și a-ți putea permite să ai o casă mare nu este important. Important este actul de a te strădui, a învăța și a face tot posibilul pentru a-ți dezvolta puterea personală în scopul de a-ți putea permite o casă mare. Importantă este devenirea ta personală în cadrul procesului de a face în așa fel, încât să îți poți permite o casă mare. Oamenii care au aspirații mărunte continuă să trăiască viețile unor oameni mărunți".

„Oamenii care au aspirații mărunte continuă să trăiască viețile unor oameni mărunți."

După cum spunea tatăl bogat, nu casa era lucrul important. Eu și soția mea Kim am fost posesorii a două case foarte mari și sunt de acord că nu a fost importantă mărimea casei sau faptul că ne-am îmbogățit. Mărimea visului era ceea ce conta. Atunci când eu și soția mea nu aveam niciun ban, scopul nostru era de a cumpăra o casă mare atunci când aveam să câștigăm un milion de dolari. Atunci când afacerea noastră a avut încasări brute de 1 milion de dolari ne-am cumpărat prima casă mare, pe care am vândut-o la scurt timp după aceea. Am vândut-o pentru că mersesem mai departe, hotărând să urmărim un vis nou. Cu alte cuvinte, casa și câștigul a 1 milion de dolari nu reprezentau visul, ele reprezentau simbolurile faptului că devenisem oameni care își puteau îndeplini visurile. În prezent, deținem, din nou, o casă mare, și, din nou, casa este doar simbolul visului pe care l-am atins. Casa noastră mare nu reprezintă visul; importantă este evoluția noastră în procesul de a ne atinge visul, iar această evoluție reprezintă adevăratul vis.

Tatăl bogat a exprimat acest lucru în felul următor: „Oamenii mari au visuri mărețe, iar oamenii mărunți au visuri mărunte.

Dacă vrei să te transformi pe tine însuți, începe prin a-ți schimba dimensiunea aspirațiilor tale. Numai viziunea atingerii visului tău te va susține în așa fel încât să treci prin această perioadă grea a vieții tale". El spunea, de asemenea: „A fi lefter este temporar, a fi sărac este veșnic. Chiar dacă ești sărac, nu te costă nimic să visezi să devii bogat. Mulți dintre oamenii săraci sunt săraci pentru că au renunțat să mai viseze".

Diferite feluri de visători

Pe când eram în școala generală, tatăl bogat mi-a explicat că există cinci feluri de visători:

1. Visători ale căror visuri sunt orientate spre trecut. Tatăl bogat mi-a spus că există mulți oameni ale căror împliniri maxime în timpul vieții se află în trecut. Al Bundy, din serialul TV *Familia Bundy* este un exemplu clasic al omului ale cărui visuri se află în trecut. Pentru aceia dintre voi care nu sunt familiarizați cu serialul, Al Bundy este un om matur care retrăiește zilele din timpul liceului, timp în care era vedeta de fotbal american care realizase patru eseuri într-un singur joc. Acesta este exemplul cuiva care continuă să trăiască în trecut.

Tatăl meu cel bogat ar spune: „O persoană ale cărei visuri se află în trecut este o persoană a cărei viață s-a sfârșit. Această persoană trebuie să își creeze un vis orientat spre viitor pentru a reveni la viață".

Nu doar fostele vedete de fotbal trăiesc în trecut; ci toți oamenii care se mai bucură încă pentru faptul că au obținut note bune, că au fost aleși regele sau regina balului la absolvire, că au terminat o facultate de prestigiu sau că au fost în armată. Cu alte cuvinte, zilele lor de glorie sunt trecute.

2. Visătorii care nu visează decât visuri mărunte. Tatăl meu cel bogat spunea: „Acest gen de oameni nu visează decât visuri mărunte pentru că vor să fie siguri că le pot obține. Problema este aceea că, deși știu că le pot obține, nu le obțin niciodată".

Nu am înţeles prea bine această categorie de visători, până într-o zi în care l-am întrebat pe un om: „Dacă ai avea toţi banii din lume, unde ai călători?"

Răspunsul lui a fost: „Aş zbura în California să îmi vizitez sora. Nu am mai văzut-o de 14 ani şi aş vrea tare mult să o văd, mai ales, înainte de a creşte şi mai mult copiii ei. Aceasta ar fi vacanţa de vis pentru mine".

I-am răspuns atunci: „Dar asta nu te-ar costa decât vreo 500 de dolari. De ce nu faci acest lucru chiar astăzi?"

„Da, o voi face, dar nu astăzi, sunt mult prea ocupat în perioada aceasta."

După ce l-am întâlnit pe acest individ, am realizat că acest gen de visători sunt mult mai des întâlniţi decât aş fi crezut. Aceşti oameni îşi trăiesc vieţile visând lucruri pe care ştiu că le pot face, dar pe care par să nu reuşească niciodată să le facă. Mai târziu în viaţă, îi auzi spunând: „Ştii? Ar fi trebuit să fac acest lucru cu ani în urmă, dar pur şi simplu nu am reuşit niciodată să îmi fac timp să îl fac".

Tatăl bogat spunea: „Acest gen de visători sunt de multe ori cei mai periculoşi. Trăiesc precum broaştele ţestoase, înfăşuraţi în propriile camere capitonate. Dacă le baţi în carapace şi îţi strecori privirea prin vreuna dintre deschizături, se întind brusc şi te muşcă. „Ca atare, trebuie să învăţăm să lăsăm ţestoasele visătoare în pace cu visurile lor cu tot. Marea lor majoritate nu pleacă niciunde, iar acest lucru nu le deranjează în niciun fel.

3. **Visătorii care şi-au atins visurile şi nu şi-au găsit unele noi.** Un prieten de-al meu mi-a spus odată: „Cu douăzeci de ani în urmă am visat să devin doctor. Am devenit doctor, iar acum sunt pur şi simplu plictisit de viaţa mea. Îmi place să fiu doctor dar simt că-mi lipseşte ceva".

Acesta este exemplul cuiva care a reuşit să îşi îndeplinească visul şi continuă să trăiască acest vis. Plictiseala este de cele mai multe ori semnul că este cazul să îţi găseşti un nou vis.

Tatăl bogat ar fi spus: „Mulţi oameni muncesc în profesiile pe care au visat să le facă pe când erau în liceu. Problema este că

au terminat liceul de ani de zile. Este momentul pentru un vis nou și o nouă aventură".

4. **Visătorii care au visuri mărețe, dar nu au și un plan al modalităților de a atinge aceste visuri... așa că sfârșesc prin a nu obține nimic.** Cred că fiecare dintre noi cunoaște pe cineva care aparține acestei categorii. Acești oameni spun: „Tocmai am depășit un obstacol major. Dă-mi voie să îți spun despre noul meu plan". Sau: „De data aceasta lucrurile vor evolua diferit" sau: „Acesta este un nou început" sau: „Am de gând să muncesc mai mult, să îmi plătesc facturile și să investesc" sau: „Tocmai am auzit de o nouă companie care își deschide o filială în orașul nostru și caută pe cineva care să aibă calificările mele. Aceasta ar putea fi marea mea șansă".

Tatăl meu cel bogat spunea: „Foarte puțini oameni își ating pe cont propriu visurile. Oamenii de genul acesta de multe ori încearcă să obțină multe, dar încearcă să o facă pe cont propriu. Oamenii aceștia ar trebui să continue să aibă visuri mari, să găsească un plan și o echipă care să îi ajute să își transforme visul în realitate".

5. **Visători cu visuri mărețe care își ating acele visuri și trec mai departe ridicând ștacheta spre visuri și mai mărețe.** Cred că majoritatea dintre noi ar dori să fie genul acesta de persoană. Știu că eu aș vrea.

Unul dintre lucrurile cele mai tonice care mi s-au întâmplat în timp ce cercetam afacerile de marketing în rețea a fost faptul că m-am surprins având aspirații și mai mari. Genul acesta de afaceri îi încurajează pe oameni să aibă visuri mărețe și să și le îndeplinească. Multe dintre afacerile tradiționale nu doresc ca oamenii să aibă visuri proprii.

De prea multe ori am întâlnit oameni care au prieteni care le spulberă visurile sau lucrează într-o afacere care face același lucru. Susțin domeniul de marketing în rețea pentru că este un domeniu alcătuit din oameni care doresc cu adevărat ca oamenii să aibă aspirații mărețe și îi susține pe acești oameni să își dezvolte un

plan de afaceri, oferindu-le educația, disciplina și susținerea necesare pentru a-și transforma visurile în realitate.

În concluzie

Dacă sunteți o persoană cu visuri mărețe, care ar dori să îi ajute și pe alții să își atingă aspirațiile, atunci cu siguranță că afacerile de marketing în rețea vă sunt potrivite. Puteți să vă începeți afacerea lucrând cu jumătate de normă pentru început, apoi, pe măsură ce afacerea dumneavoastră se dezvoltă, puteți să îi ajutați pe alții să își înceapă propriile afaceri în timpul liber. Aceasta este o valoare care merită încurajată — o afacere și niște oameni care îi ajută pe alții să își îndeplinească visurile.

Care sunt visurile dumneavoastră mărețe?

În acest moment, este important să vă faceți timp să vă gândiți, să visați, iar apoi să vă notați visurile. Spațiul următor este lăsat pentru a vă analiza în profunzime și a vă nota aspirațiile.

După ce v-ați notat visurile, poate nu ar fi rău să le discutați cu cineva care vă va sprijini să obțineți tot ceea ce doriți. Acest cineva poate fi persoana care v-a oferit această carte.

Câteva valori adăugate

Aici se încheie capitolele mele asupra a ceea ce consider că sunt cele opt valori ascunse ce se găsesc într-o afacere de marketing în rețea. În anexă există trei „valori ascunse" adiționale. Două femei care joacă un rol extrem de mare în viața mea oferă aceste „valori ascunse" adiționale, valori pe care le consideră extrem de importante în demararea unei afaceri.

Prima persoană este soția mea Kim. Ea scrie despre valoarea căsniciei și a afacerii.

Cea de-a doua persoană este partenera mea de afaceri și coautoare a cărților „Tată bogat", Sharon L. Letcher. Sharon scrie despre impactul pe care îl are faptul de a construi o afacere de familie și cum pot fi folosite aceleași oportunități de afaceri pe care le folosesc și cei bogați. Fiul ei, Phillip, lucrează și el în afacerea richdad.com și a devenit unul dintre activele extrem de valoroase ale afacerii. Nu numai că el este extrem de folositor, dar Sharon, care este o femeie de afaceri genială, are astfel avantajul de a avea mai mult timp în care să participe la educația și îndrumarea fiului său în lumea afacerilor.

A noua valoare: Căsătoria și afacerile

de Kim Kiyosaki

Robert și cu mine am ieșit pentru prima oară împreună în luna februarie a anului 1984, în Honolulu, Hawaii. În seara respectivă m-a întrebat: „Ce vrei să faci în viață?" I-am răspuns: „Să am propria mea afacere". În momentul acela eram managerul unui magazin din Honolulu. Robert mi-a spus: „Dacă dorești, te voi învăța ce știu și ce m-a învățat tatăl bogat". În mai puțin de o lună începusem o nouă (și pentru mine o primă) afacere împreună.

Am inventat o siglă unică, am brodat-o pe cămăși și jachete, și am călătorit în întreaga Americă vânzându-ne produsele. Scopul adevărat al acestei afaceri era acela de a câștiga suficient pentru a ne plăti studiile pe durata unui an de zile (participând la seminarii de afaceri, întâlniri și conferințe în întreaga țară), în timp ce ne pregăteam pentru următoarea afacere pe care urma să o întemeiem. Ne-am atins scopul hotărât pentru acel an și am închis afacerea de tricouri și jachete.

În decembrie 1984, am vândut tot ce aveam în Hawaii și ne-am mutat în sudul Californiei, unde ne-am străduit să ne deschidem cea de-a doua afacere. În două luni ne terminaserăm în întregime economiile. Eram lefteri. Băteam la ușile prietenilor și le ceream voie să dormim la ei peste noapte. Am dormit pe plajă. În unele nopți am dormit într-o mașină Toyota veche și

împrumutată. Familia mea credea că am luat-o razna. Prietenii noştri credeau că am luat-o razna. Mai mult decât atât, şi noi am ajuns să credem la fel.

Să fiu sinceră, nu ştiu dacă am fi reuşit unul fără celălalt. Erau nopţi în care pur şi simplu ne strângeam reciproc în braţe — oferindu-ne unul celuilalt un mic adăpost în faţa furtunii. Eram speriată? Da. Aveam îndoieli? Da. Au fost momente în care eram convinsă că nu vom izbândi? Cu siguranţă. Cu toate astea, eram hotărâţi să continuăm. Mai mult decât atât, aşa am şi făcut.

Ceea ce ne-a făcut să continuăm a fost hotărârea noastră de a construi o afacere, şi, mult mai important, să nu ne întoarcem la a avea un salariu. Să obţinem o slujbă în acele momente ar fi fost calea cea mai uşoară. Totuşi, din punctul nostru de vedere ar fi însemnat un pas înapoi. Ştiam ce voiam; doar că nu eram... încă siguri cum să obţinem ceea ce doream. (Această stare pare să fie un laitmotiv al vieţilor noastre).

Ideea principală este aceea că nu am dat înapoi. Am rămas fideli visurilor noastre. Ne-am construit afacerea — o afacere internaţională de educaţie cu filiale în şapte ţări. Am vândut afacerea respectivă în 1994, iar în prezent, timpul nostru este împărţit, în primul rând, între investiţii şi afacerea noastră Tată bogat.

Ceea ce voiam cu adevărat

A existat totuşi un lucru pe care nu i l-am spus lui Robert la prima noastră întâlnire. Că îmi mai doream, pe lângă propria mea afacere, un partener/soţ care să îmi fie în acelaşi timp şi partener de afaceri. Dezvoltarea unei afaceri te consumă complet. Doream să mă dezvolt alături de partenerul meu, nu să ne îndepărtăm din cauza lipsei de timp, pentru că am fi fost concentraţi asupra unor scopuri diferite sau pentru că am fi evoluat în direcţii diferite. Nu doream să fiu asemenea multor cupluri căsătorite pe care le văzusem prin restaurante, culpluri ce stau împreună şi tac pentru că nu au absolut nimic să îşi spună. Robert şi cu mine avem conversaţii însufleţite, frustrante, pline de dragoste, conversaţii în care avem păreri diferite..., dar întotdeauna avem foarte multe de spus şi, ceea reprezintă pentru

mine răsplata cea mai importantă, este faptul că ajung să împărtășesc cu Robert și să trăiesc alături de Robert dezvoltarea personală pe care o parcurg zilnic prin dezvoltarea afacerii mele.

Dezvoltarea personală

Atunci când privesc în urmă la primul an al afacerii aș spune că acela a fost cel mai prost an al întregii noastre vieți. Stresul era extrem de mare, mândria mea personală încasase niște lovituri zdravene, iar relația noastră nu era mereu calmă și liniștită. Totuși, privind retrospectiv, a fost probabil cel mai bun lucru care ni s-ar fi putut întâmpla. Faptul că am reușit să trecem prin acele momente extrem de grele ne-a ajutat să devenim cei care suntem astăzi. Ca urmare, Robert și cu mine suntem cu mult mai puternici, mai plini de încredere și cu siguranță mai înțelepți după toate cele învățate. În plus, dragostea, respectul și bucuria căsniciei mele îmi întrec și cele mai nebunești visuri pe care le-aș fi putut avea.

Munca împreună

În domeniul de marketing în rețea văd multe cupluri realizându-și împreună afacerea. Din punctul meu de vedere, este genul perfect de afaceri pentru cuplurile care vor să intre în afaceri împreună din mai multe motive:

1. Este o afacere în care puteți, pentru început, să lucrați cu jumătate de normă.
2. Voi alegeți orele în așa fel încât să se încadreze în programul dumneavoastră.
3. Domeniul susține familiile care încep împreună o afacere.
4. Mulți dintre oamenii cu cel mai mare succes în acest domeniu lucrează alături de partenerii lor.
5. Educația pe care multe dintre companiile de marketing în rețea o oferă permit cuplurilor să învețe și să se dezvolte împreună.

Acestea sunt niște avantaje majore pentru cupluri. Acum, să fiu sinceră, a fi implicat în afaceri alături de partenerul tău de viață nu este în niciun caz cel mai simplu lucru din lume. Da, eu și cu Robert am avut momente mai dure, dar pot spune că a fost extrem de satisfăcător. Am construit împreună mai multe afaceri. Cu ani în urmă, am crezut că ar fi fost mai bine dacă fiecare dintre noi am fi avut afacerea principală în domenii diferite. Totuși, atunci când ne-am măsurat opțiunile, a fost limpede precum cristalul că doream să ne dezvoltăm afacerile împreună, nu separat.

Pentru mine, important este faptul că eu și Robert împărtășim valori, țeluri comune și, în fond, o misiune comună. Din moment ce învățăm de fiecare dată împreună, ne dezvoltăm împreună. Am hotărât și ne ținem de promisiune, dacă unul dintre noi frecventează un seminar, să îl frecventăm amândoi. Ceea ce ne face să ne simțim bine este faptul că vorbim mereu despre afacerile noastre — inventând căi de a le îmbunătăți, întâlnind oameni noi și explorând idei noi.

A lucra cu partenerul poate să nu se potrivească oricui. Admit acest lucru. Totuși, eu, personal, nu aș vrea ca lucrurile să se petreacă în niciun alt fel.

Urându-vă toate cele bune,

Kim Kiyosaki

A zecea valoare: Afacerea de familie

de Sharon L. Lechter, expert contabil

În cartea *Școala de afaceri pentru oamenii cărora le place să îi ajute pe alții*, eu și Robert subliniem câteva dintre principalele beneficii ale inițierii unei afaceri de marketing în rețea:

1. Prețul inițial de deschidere a unei afaceri de marketing în rețea este scăzut.
2. În majoritatea companiilor nu este necesară niciun fel de educație formală sau diplomă pentru a fi acceptați.
3. Domeniul este deschis tuturor, indiferent de rasă, vârstă sau sex.
4. Firmele oferă sisteme deja consacrate, care au dovedit deja că aduc succesul, care vă sunt puse la dispoziție pentru a vă construi afacerea.
5. Multe companii oferă o bună educație și programe de învățare pentru a vă ajuta să aveți succes.
6. Există mentori cu succes în afaceri gata să vă asiste în călătoria dumneavoastră.
7. Puteți înființa o afacere de marketing în rețea cu jumătate de normă și o puteți dezvolta în timp ce vă păstrați slujba.

8. Există multe avantaje în domeniul impozitelor care sunt la dispoziția proprietarilor de afaceri și care nu vă sunt puse la dispoziție ca angajați.

Există și un alt beneficiu sau valoare oferit de afacerile de marketing în rețea. Acesta este beneficiul pe care o afacere de succes de marketing în rețea îl aduce familiei. Robert mi-a cerut să îmi expun părerile personale cu privire la beneficii aduse familiei în lumina experienței mele personale.

Familia mea

Pentru mine, familia este pe primul loc. Soțul meu, Michael și copii noștri, Phillip, Shelly și Rick, sunt centrul vieții mele. Totuși, la începutul căsniciei noastre, pe când Michael și cu mine începusem să avem mai mult succes din punct de vedere profesional, am descoperit că petreceam din ce în ce mai puțin timp cu copiii noștri din cauza programului impus de afacerile noastre. Amândoi eram dependenți de muncă și știam că era necesar să facem niște schimbări.

În timp ce Michael a continuat să lucreze din ce în ce mai mult timp, eu am găsit modalități de a lucra de acasă, pentru a mă asigura că eram mai mult timp la dispoziția copiilor. Am fost foarte norocoasă că am putut alege să îmi combin aspirațiile profesionale cu datoria de mamă. De exemplu, atunci când copiii mei erau mici, eram îngrijorată că nu le plăcea să citească, astfel încât am colaborat cu un prieten care a inventat cărțile citite pentru copii.

Atunci când fiul nostru mai mare, Phillip, a mers la facultate și a realizat datorii mari pe cartea de credit, înainte de luna decembrie a primului său an de facultate, am fost devastată. Fiind contabil, aveam impresia că îmi învățasem copiii ce înseamnă banii, dar experiența fiului meu mi-a dovedit că nu făcusem o treabă suficient de bună. M-am concentrat asupra introducerii educației financiare în sistemul de învățământ.

Chiar dacă eram prin preajmă mai mult timp, copiii mei simțeau lipsa tatălui lor..., iar el a pierdut mare parte din copilăria

lor. Rareori, ne făceam timp pentru vacanţe în familie. Aveam mult succes şi devenisem bogaţi conform standardelor convenţionale, dar cu preţul renunţării la timpul petrecut în familie. Mulţi, dacă nu majoritatea prietenilor noştri se aflau în aceeaşi situaţie: cu cât aveau mai mult succes profesional, cu atât mai puţin timp reuşeau să petreacă în familie. Am crezut cu toţii că acest gen de viaţă de familie era normal.

Trei ani mai târziu, Michael mi l-a prezentat pe Robert şi totul s-a schimbat.

„Tatăl bogat" şi familia Lechter

În timp ce lucram cu Robert la cărţi, la jocuri şi la celelalte materiale Tatăl bogat, eu şi Michael am avut ocazia să ne implicăm copiii în aceste lucruri şi ne-am văzut vieţile schimbate în sensul bun. Nu doar că au învăţat lecţiile tatălui bogat pentru a se folosi de ele în propriile lor vieţi, dar şi relaţia noastră cu copiii s-a îmbunătăţit datorită faptului că lucram şi învăţam împreună. Suntem onoraţi şi foarte mândri de faptul că Phillip este implicat în echipa Tatăl bogat. E o satisfacţie extrem de mare să muncim alături de Phillip şi să vedem cum se dezvoltă odată cu compania noastră. Urmând sfaturile Tatălui bogat, de a munci pentru a învăţa, nu pentru a câştiga, Phillip a câştigat experienţa şi cunoştinţele necesare pentru a ajuta la conducerea companiei spre nivelurile superioare. Totuşi, răsplata personală este aceea că legăturile familiei noastre se fortifică pe măsură ce învăţăm şi muncim împreună urmărind un scop comun.

Experienţa de a împărtăşi copiilor noştri mesajul firmei Tatălui bogat şi de a-i vedea cum îl pun în practică a fost incredibilă. Astfel, Tatăl bogat a devenit afacerea noastră de familie.

Creaţi-vă propria afacere de familie

Cum se leagă cele povestite de afacerile de marketing în reţea? De-a lungul ultimilor câţiva ani, am avut ocazia să fac cunoştinţă cu mulţi oameni minunaţi şi plini de succes în domeniul marketingului de reţea, şi am observat că aveau mai multe calităţi comune:

1. Toți pun accentul principal pe familiile lor.
2. Toți apreciază timpul pe care și-l pot petrece cu familiile lor, timp pe care succesul afacerii lor li l-a oferit.
3. Copiii învață alături de părinții lor avantajele afacerilor de marketing în rețea.
4. Petrec mult mai multe vacanțe în familie și fac mult mai multe excursii împreună decât am făcut noi vreodată.
5. Copiii învață beneficiile venitului pasiv și ale educației financiare de la o vârstă fragedă.
6. Deseori, copiii aleg singuri să participe la afaceri.
7. Mulți își fixează la nivelul familiei ținte comune și muncesc împreună pentru a le atinge.
8. Deseori, unul dintre părinți își continuă slujba cu normă întreagă, în timp ce celălalt începe să înființeze afacerea de marketing în rețea.
9. Însăși natura acestui domeniu promovează unitatea familiei și petrecerea timpului împreună.

Adevărata bogăție se măsoară în timp, nu în bani

Nu am avut suficient timp să îl petrec cu copiii mei, iar acum că au crescut, pot aprecia cu adevărat valoarea unor oameni plini de succes din cadrul afacerilor de marketing în rețea, care sunt cu adevărat centrați pe valorile de familie. E un adevărat cadou să îți construiești afacerea de familie împreună CU membrii familiei, în loc să o faci doar PENTRU familia ta.

Tatăl bogat definește valoare în termeni temporali, nu în bani. Cu cât veți avea mai mult succes, cu atât mai mult timp veți petrece alături de familia dumneavoastră.

Felicitări pentru faptul că ați ales un gen de afacere care se concentrează asupra familiei. Vă doresc ca familia dumneavoastră să împărtășească darul dragostei și al apropierii datorat succesului comun.

Toate cele bune,

Sharon Lechter

A unsprezecea valoare: Cum poți beneficia de aceleași avantaje fiscale pe care le folosesc cei bogați

de Sharon L. Lechter, expert contabil

Vedeți-vă de treburile dumneavoastră

Vă vedeți de treburile dumneavoastră? Dacă sunteți angajat, nu contează ce faceți de la ora 8 până la ora 17. Ceea ce faceți cu salariul dumneavoastră după ce îl primiți este important.

Cu alte cuvinte, ceea ce faceți de la ora 8 la 17 este slujba dumneavoastră. Treaba dumneavoastră este ceea ce faceți cu salariul primit. Prea mulți oameni se bazează pe patronii lor sau pe guvern să aibă grijă de ei.

Pentru cine lucrați?

Să spunem că aveți un salariu de 48 000 de dolari pe an. Cu alte cuvinte sunteți plătiți cu 4 000 de dolari pe lună pentru a vă ocupa de treburile angajatorului dumneavoastră. Apoi primiți cecul de salariu si nu primiți decât 2 500 de dolari. Cei 1 500 de dolari impozitați sunt banii dați guvernului. Apoi, trebuie să plătiți băncii ratele la împrumutul pentru cumpărarea casei, în

valoare de 1 500 de dolari, ceea ce reprezintă suma prin care vă ocupați de treburile băncii. Și să nu uităm balanța contului cărții de credit pe care ați scăpat-o de sub control. Plata de 400 de dolari pe care o faceți acolo reprezintă suma prin care dumneavoastră lucrați pentru compania de cărți de credit. Încă 440 de dolari sunt cheltuiți pentru traiul zilnic. Cu ce mai rămâneți? La sfârșitul lunii sunteți norocos dacă v-au rămas 160 de dolari pentru investiții, ceea ce înseamnă că ați câștigat pentru dumneavoastră 1 dolar pe oră.

Să trecem din nou în revistă cele de mai sus:

Salariu	4 000$	Munca prestată pentru șeful dumneavoastră
Minus		
Taxe	1 500$	Munca prestată pentru stat
Rată	1 500$	Munca prestată pentru bancă
Carte de credit	400$	Munca prestată pentru firma de cărți de credit
Trai	440$	Munca prestată pentru creditorii dumneavoastră
Câștig net	160$	Munca prestată pentru propria persoană

Nu contează câți bani câștigați, ci câți bani vă rămân. Majoritatea oamenilor lucrează pentru oricine altcineva numai pentru ei nu. Problemele financiare sunt deseori rezultatul faptului că oamenii lucrează pentru oricine altcineva numai pentru ei nu.

Pentru a obține siguranța din punct de vedere financiar trebuie să ajungeți să vă preocupați de propriile dumneavoastră treburi, afaceri. Treburile dumneavoastră se învârt în jurul coloanei pe care vă sunt trecute activele, nu în jurul coloanei pe care vă sunt trecute veniturile. Învățați care este diferența dintre activele și obligațiile dumneavoastră financiare citind cartea *Tată sărac, tată bogat*, și apucați-vă să vă cumpărați active. Cei

bogați se concentrează asupra valorii activelor lor, în timp ce toți ceilalți pun accentul asupra veniturilor lor.

Începeți să vă ocupați de propriile dumneavoastră afaceri. Păstrați-vă slujba de zi, dar începeți să cumpărați active reale, nu obligații financiare sau efecte personale care nu au o valoare reală odată ce le-ați adus acasă. Întemeiați o listă cu activele deținute și fortificați-o. Odată ce ați introdus acolo un dolar, nu îl mai scoateți niciodată să îl cheltuiți. Gândiți-vă la fiecare dolar ca și când ar fi un angajat al dumneavoastră. Banii din lista activelor pe care le posedați reprezintă bani care lucrează pentru dumneavoastră, nu dumneavoastră muncind pentru bani.

Mulți oameni cred că noi le spunem oamenilor să își părăsească slujbele. Pentru unii oameni poate că aceasta este soluția corectă, dar aceasta nu este soluția corectă pentru toți. Noi dorim ca oamenii să își asume un grad mai mare de responsabilitate pentru propriile decizii financiare. Înțelegeți că este decizia dumneavoastră cum anume cheltuiți fiecare dolar pe care îl primiți.

Este extrem de dificil să vă îmbogățiți la un salariu net de 160 de dolari pe lună. Ce opțiuni aveți?

1. Să munciți ore suplimentare?
2. Să vă luați o a doua slujbă?
3. Să vă găsiți o casă mai mică?
4. Să vă începeți propria afacere în timpul liber?

Fiecare dintre aceste opțiuni vă vor oferi mai mulți bani, dar care dintre ele vă va ajuta să vă îmbogățiți mai repede? Primele două, orele suplimentare și o a doua slujbă vă înrăutățesc doar situația, ducând la faptul că ajungeți să petreceți și mai mult timp muncind pentru alții. Cea de-a treia vă va ajuta să reduceți rata lunară a împrumutului pentru locuință și ar putea fi o opțiune viabilă pentru dumneavoastră, dar tot este vorba despre o singură reducere a cheltuielilor. Haideți să examinăm cea de-a patra opțiune, a vă deschie propria afacere în timpul liber, chiar dacă este necesar să continuați temporar să vă păstrați slujba.

Diferența dintre angajat și patron este aceea că angajatul MAI ÎNTÂI plătește impozitele și apoi își se ocupă de cheltuieli.

Patronul unei afaceri se ocupă MAI ÎNTÂI de cheltuieli și abia apoi de impozite. Prin urmare, proprietarul va plăti întotdeauna mai puține taxe decât angajatul, pur și simplu pentru că ei pot reduce suma asupra căreia sunt impuse taxele!

Ca patron al unei afaceri aveți, de asemenea, ocazia să profitați de reduceri de impozite ce nu sunt disponibile angajaților. Dacă aveți consilierea și documentarea potrivite puteți fi capabil să deduceți anumite cheltuieli personale drept cheltuieli legitim deductibile ale afacerii. Bineînțeles, afacerea dumneavoastră trebuie să aibă un scop legitim de câștigare a banilor, nu doar scopul de a vă reduce taxele. Iată doar câteva dintre deducerile de impozite pentru afaceri de care ați putea fi capabil să profitați:

1. Cheltuieli ale casei ce pot fi deduse dacă aveți biroul acasă
2. Echipament folosit pentru afaceri (calculatoare, telefoane mobile)
3. Consumabile necesare pentru birou (papetărie, de exemplu)
4. Servicii de telefonie și de Internet
5. Programe de software și costul folosirii programelor de pe Internet cu plata periodică
6. Plata carburanților și a altor cheltuieli auto
7. Călătorii, mese și distracții
8. Cadouri de protocol
9. Plățile lunare ale serviciilor de asigurare medicală
10. Cheltuieli medicale
11. Cheltuieli cu seminariile și alte forme de învățământ frecventate.
12. Cheltuielile legate de îngrijirea copiilor
13. Mobilier

Căutați asemenea cheltuieli, deoarece pot fi deductibile din impozite dacă îndeplinesc criteriile stabilite de Fisc și discutate în Internal Revenue Code Section 162 (a): „sunt considerate ca deductibile toate cheltuielile zilnice necesare, care sunt plătite sau care apar ca urmare a încheierii oricărui târg sau afaceri, în timpul anului în care sunt percepute impozitele respective".

Ca patron al unei afaceri aveți avantajul de a putea investi banii câștigați în dezvoltarea afacerii dumneavoastră înainte de a plăti impozitele. Nu ne așteptăm să deveniți expert contabil, dar prin faptul că deveniți conștient care sunt legile de impozitare și deduceri care vă pot sta la dispoziție ca proprietar al unei afaceri, vă veți putea mări veniturile și reduce la minimum cheltuielile plătite prin impozite, totul fiind perfect legal. Este foarte important să căutați contabili competenți care să vă consilieze în legătură cu taxele pentru a vă ajuta să creați strategia, care este potrivită și necesară afacerii și investițiilor dumneavoastră, și pentru a ști ce întrebări trebuie să adresați îndrumătorilor dumneavoastră.

Sper să vă facă plăcere să vă ocupați de propriile dumneavoastră afaceri!

Sharon Lechter

Citate alese

„Dacă vrei să fii bogat trebuie să deții afaceri și să fii investitor."

„Din moment ce tu nu te-ai îmbogățit prin construirea unei afaceri de marketing în rețea, de ce recomanzi altora să se implice în aceste afaceri?" Tocmai din cauză că nu mi-am creat averea prin acest gen de afaceri pot să privesc obiectiv acest domeniu. Această carte descrie ceea ce percep eu ca fiind cu adevărat valoros în afacerile de marketing în rețea... Valoare care depășește simplul potențial de a câștiga mulți bani. În sfârșit, am găsit un gen de afaceri în care se practică valori, precum inima largă și interesul profund pentru bunăstarea altor oameni."

„Dacă ar trebui să o iau de la capăt, decât să fi început o afacere în genul vechi, aș fi inițiat construirea unei afaceri de marketing în rețea."

„O afacere de marketing în rețea reprezintă un mod nou și revoluționar de a obține mari averi."

„Cei mai bogați oameni din lume construiesc rețele. Toți ceilalți au fost educați să caute un loc de muncă."

„Marketingul în rețea oferă milioanelor de oameni din întreaga lume oportunitatea de a prelua controlul vieții lor și al viitorului lor financiar."

„O afacere de marketing în rețea este o afacere în care întâlniți oameni care sunt acolo să vă ajute să deveniți mai bogați."

„Sistemul de marketing în rețea este mult mai corect decât sistemele anterioare de dobândire a bogăției."

„Sistemul de marketing în rețea — un sistem pe care eu îl denumesc deseori franciză personală sau o mare rețea invizibilă de afaceri — este o modalitate extrem de democratică de a crea bogăție. Sistemul este deschis oricărui om hotărât și perseverent."

„Multe companii din acest domeniu oferă milioanelor de oameni același tip de educație de afaceri pe care l-am primit eu de la tatăl bogat: ocazia de a vă construi propria rețea în loc să vă petreceți viața lucrând în rețeaua altora."

„Marketingul în rețea continuă să se dezvolte mai rapid decât domeniul francizelor sau al afacerilor tradiționale."

„O afacere de marketing în rețea este destinată oamenilor care doresc să intre în lumea celor din cadranul P, muncind fie cu normă întreagă, fie în timpul liber."

„Mai simplu spus, o afacere de marketing în rețea, cu prețurile scăzute necesare pornirii și foarte bune programe de educație, constituie o idee mult mai bună — este ideea potrivită timpurilor noastre."

„O afacere de marketing în rețea presupune și implică mult mai multe decât simpla șansă de a obține niște bani în plus."

„O afacere de marketing în rețea este afacerea perfectă pentru oamenii cărora le place să-i ajute pe alții."

„Motivul primordial pentru care recomand anume o afacere de marketing în rețea este acela al sistemului de educație care îți schimbă viața."

„Multe dintre companiile de acest tip sunt adevărate școli de afaceri, dar nu genul de școală de afaceri care preia copiii inteligenți și îi educă să devină angajați ai celor bogați. Multe companii de marketing în rețea îi învață pe oameni valori care nu sunt explicate în școlile tradiționale... valori precum aceea că cea mai bună cale de a deveni bogat este să înveți tu și să îi înveți și pe alții cum să devină proprietarul unei afaceri... nu să îi înveți să fie angajați loiali care lucrează pentru cei bogați."

„Afacerile de marketing în rețea reprezintă o școală de afaceri pentru oamenii care vor să învețe abilitățile de întreprinzător din lumea reală, și nu pe cele necesare unui angajat care dorește să devină manager de nivel mediu bine plătit din lumea marilor afaceri."

„Afacerea de marketing în rețea se bazează pe faptul că directorii încearcă să îi ridice la nivelul lor pe ceilalți, în timp ce marile afaceri tradiționale sau afacerile guvernamentale se bazează pe promovarea unui număr mic de oameni și pe păstrarea masei mari de oameni mulțumită cu un salariu stabil."

„Genul de educație pe care l-am întâlnit în companiile de marketing în rețea e educația menită să scoată la iveală omul bogat din interiorul dumneavoastră."

„În lumea marketingului în rețea ești încurajat să înveți făcând greșeli, corectându-le și devenind mai inteligent atât din punct de vedere mental, cât și emoțional."

„Dacă vă place să conduceți prin educarea altora, prin influențarea și inspirarea altora în a-și găsi propria lume a abundenței financiare, fără să trebuiască să își învingă competitorii, atunci o afacere de marketing în rețea vă e potrivită."

„Dacă sunteți o persoană speriată de eșec, consider că o afacere de marketing în rețea cu un program educațional foarte bun este extrem de binevenită pentru dumneavoastră."

„Unul dintre lucrurile nemaipomenite legate de marketingul în rețea este acela că îți oferă oportunitatea de a îți înfrunta temerile, a lupta cu ele, a le învinge și permite învingătorului din tine să predomine."

„Genul acesta de afaceri îi încurajează pe oameni să aibă visuri mărețe și să le și împlinească."

„O afacere de marketing în rețea oferă o consiliere solidă susținută de oameni care gândesc la fel ca dumneavoastră — oameni ce vă împărtășesc aceleași valori fundamentale, valorile cadranului P — oameni care să vă ofere asistență."

„După ce v-ați construit afacerea și aveți un flux de numerar constant și puternic, puteți începe să investiți în alte active."

Cuprins

Introducere
De ce recomand marketingul în rețea ca stil de afacere? 9

Capitolul 1
Ce îi face bogați pe oamenii bogați? 13

Capitolul 2
Există mai multe modalități de a deveni bogat 23

Capitolul 3
Prima valoare: Șanse cu adevărat egale 39

Capitolul 4
A doua valoare: Educația financiară care îți schimbă viața. 49

Capitolul 5
A treia valoare: Prietenii care te ajută să te ridici, nu cei care te trag în jos 67

Capitolul 6
A patra valoare: Care este valoarea unei rețele? 87

Capitolul 7
A cincea valoare: Dezvoltarea celor mai importante abilități necesare în afaceri 96

Capitolul 8
A șasea valoare: Conducerea 115

Capitolul 9
A șaptea valoare: A nu lucra pentru bani 129

Capitolul 10
A opta valoare: Cum să îți trăiești visurile 154

A noua valoare: Căsătoria și afacerile 162

A zecea valoare: Afacerea de familie 166

A unsprezecea valoare: Cum poți beneficia de aceleași avantaje fiscale pe care le folosesc cei bogați 170

Citate alese 175

Despre autori 179

Materiale suplimentare oferite de firma **Tată bogat** 187

CASHFLOW Technologies, Inc.

Robert Kiyosaki, Kim Kiyosaki și Sharon Lechter și-au alăturat forțele ca manageri ai firmei *CASHFLOW Technologies, Inc.* în scopul de a contribui la o educație financiară inovatoare.

Misiunea companiei, așa cum o văd fondatorii ei:
„Să creștem bunăstarea financiară a umanității."

CASHFLOW Technologies, Inc. face cunoscute învățăturile lui Robert, prin intermediul produselor: *Cadranul CASHFLOW* din cartea *Tată bogat, tată sărac*, planșeta jocului *CASHFLOW* (număr patent 5.826.878) și planșeta jocului *CASHFLOW pentru copii.* Există și produse adiționale (unele disponibile pe piață, altele în stadiu de dezvoltare), destinate acelor oameni care doresc să-și perfecționeze educația financiară și proiectate pentru a-i ghida pe calea libertății.